FACEBOOK, MIȘCĂRI SOCIALE
ȘI CONSTRUCȚIA UNUI SPAȚIU PUBLIC ALTERNATIV

FACEBOOK,
MIȘCĂRI SOCIALE
ȘI CONSTRUCȚIA UNUI
SPAȚIU PUBLIC ALTERNATIV

CĂTĂLINA GRIGORAȘI

comunicare.ro

Tehnoredactor: Olga Machin

Editura COMUNICARE.RO este departament în cadrul Școlii Naționale de Studii Politice și Administrative, Facultatea de Comunicare și Relații Publice.

Editura COMUNICARE.RO
SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei, nr. 6, sector 1
010643 București
România
Tel.: 021.310.07.18
www.edituracomunicare.ro
E-mail: editura@comunicare.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
GRIGORAȘI, CĂTĂLINA
Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ /
Grigorași Cătălina. – București: Comunicare.ro, 2017
Conține bibliografie
ISBN 978-973-711-562-1

316

Cuprins

Mulțumiri speciale

Această carte nu ar fi văzut lumina tiparului fără susținerea de care am avut parte în momentele mai dificile din timpul desfășurării cercetării și fără dialogurile pline de idei, care m-au inspirat să merg mai departe, cu mulți dintre colegii mei de la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, dar și cu persoane pasagere ce au reușit să-mi îmbogățească perspectivele.

Țin să mulțumesc profesorului coordonator al lucrării de doctorat, doamna Camelia Beciu, pentru tot efortul depus în decursul celor 3 ani de cercetare, Dorinei Guțu, pentru că a ținut loc și de sfătuitor înțelept și de bun prieten în toate circumstanțele, și prof. univ. Nicoleta Corbu, decan al facultății în perioada în care mi-am finalizat stagiul doctoral. Mulțumiri speciale le transmit unor colegi care nu au ezitat să mă sprijine și să mă îndrume, de câte ori am avut nevoie. Aceștia sunt Florența Toader, asistent universitar, Loredana Ivan, conf. univ., Paul Aparaschivei, consultant politic, Mălina Ciocea, conf. univ., Sofia Frunză, Senior Consultant PR și mulți alții.

Nu în ultimul rând, mulțumesc familiei și prietenilor apropiați pentru că și-au făcut timp de fiecare dată să mă asculte, au crezut în mine și în acest proiect de cercetare.

Toate aprecierile mele și gândurile cele mai bune se îndreaptă către Mireia Fernandez, persoana cu care m-am consultat îndeaproape în timpul stagiului la Internet Interdisciplinary Institute Barcelona și care a avut un impact important asupra direcției de cercetare. Aceeași Mireia m-a pus în legătură cu o serie de cercetători, din domeniul mișcărilor sociale și pattern-urile de comunicare dezvoltate prin Internet, de care mă leagă amintiri plăcute.

Această carte este destinată tuturor celor care de-a lungul timpului mi-au pus întrebări, mi-au adus contraargumente și nu s-au mulțumit niciodată cu mai puțin.

Introducere

„Spațiile virtuale, așadar, nu sunt doar o expresie a identității și a culturii unor oameni și nici un simplu mediu propice pentru naționaliști și activitățile lor, dar, mai degrabă, acestea funcționează ca o sferă publică în care identitatea, comunitatea și sentimentul de cetățenie sunt construite colectiv prin procesul de contestare și dezbatere.”
(Bernal, 2005)

În această lucrare, analizez sfera publică, fenomenul activismului civic *online* și contribuția rețelelor sociale la construcția unui cadru deliberativ. Principala întrebare este în ce măsură se poate forma un spațiu public în mediul virtual și care sunt condițiile sale de producere. Am situat această problemă într-o discuție mai amplă despre procesul de deliberare *online* și identitățile discursive construite de către participanții la dezbateri.

Există o întreagă literatură despre formarea unor arene virtuale de comunicare și interacțiune și constituirea opiniei publice (Bernal, 2005; Dahlgren, 2005; Milioni, 2009; Papacharissi, 2009; Riegert & Ramsay, 2013; Yang, 2003). Dacă am accepta argumentele care susțin existența unei sfere publice online, atunci ar trebui extinse definițiile spațiului public, astfel încât să înglobeze și o dimensiune virtuală. În cadrul lucrării, voi aprofunda principalele paradigme legate de înțelegerea fenomenului mișcărilor sociale; evidențiez specificitatea noilor mișcări sociale în mediul virtual, formele de activism *online* și propun o analiză comparativă a mișcărilor sociale din ultimii ani și a practicilor lor comunicaționale în raport cu formele de protest *Piața Universității* (ianuarie-februarie 2012) și *Roșia Montană* (septembrie-octombrie 2013).

Cercetarea empirică include analiza predominant calitativă a paginilor de Facebook numite *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* pentru a releva construcția identităților virtuale deținute de participanții la dialog (cine sunt protestatarii, cum sunt construiți activiștii

și care este imaginea despre politicieni, media și corporații, în cele două cazuri analizate). Totodată, sunt investigate raporturile pe care aceste pagini le construiesc și le întrețin cu media tradiționale. Urmărim în ce măsură rețeaua socială *online* influențează agenda mediatică. Va fi observată, interactivitatea paginii, mai exact legăturile formate între utilizatori și conexiunile către alte rețele sociale, bloguri și site-uri (rețeaua de resurse *online* care este creată).

Pentru a atinge aceste obiective, a fost folosită metoda analizei de dispozitiv (Beciu, 2011; Caborn, 2007; Jäger & Maier; Nel, 1999). Aceasta permite cercetătorului să investigheze nu numai textul încărcat *online* de către utilizatori, ci și resursele comunicaționale, materiale, tehnologice, logistice și simbolice. Aplicând analiza de dispozitiv, poate fi observat felul în care toate aceste resurse sunt utilizate strategic astfel încât să creeze un spațiu de interacțiune între participanți. În mod complementar, este aplicată pe același corpus și analiza de discurs. Astfel, observăm interacțiunile *online*, o abordare de tipul *noi versus ei* și rețeaua de activiști formată.

Cele două forme de protest investigate au scopuri diferite. Roșia Montană s-a dezvoltat precum o mișcare de tip ecologist și urmărește să rezolve o problemă de mediu prin conștientizare întregii societăți românești asupra gravității și consecințelor exploatării aurului folosind ceanuri. Dacă Roșia Montană și toate acțiunile activiștilor implicați au ca obiectiv clar delimitat întreruperea definitivă a proiectului companiei canadiene Gabriel Resources Ltd. pe teritoriul României și dezvoltarea comunității locale din acea zonă prin activități economice de alt tip, ce nu presupun extragerea resurselor subsolului, protestele din Piața Universității dețin un caracter atipic. Agenda protestatarilor este mai degrabă fragmentară, nu există un scop bine delimitat, ci fiecare participant vine cu propria propunere (Stoica & Mihăilescu, 2012). Vor să schimbe tot astfel încât problemele lor să fie rezolvate definitiv: modul în care cetățenii protestează, clasa politică și înțelegerea proceselor democratice, maniera de discuție privind cele mai importante subiecte ale momentului, participarea cetățenilor în politică (doresc o formă mai directă de democrație) ș.a.m.d. Ca fenomen social, Piața Universității a fost o urmare a acumulării nemulțumirii populației în legătură cu situația economică și politică a României.

Cele două forme de protest investigate au obiective diferite și, prin urmare, trăsăturile lor specifice variază (nu sunt aceleași în ambele cazuri). Sunt manifestări distinctive și trebuie tratate în această manieră.

Atât manifestările împotriva începerii exploatării miniere de la Roșia Montană, cât și cele ce au avut loc în Piața Universității au fost mult impregnate de utilizarea noilor media, prin Facebook, Twitter, Google+,

YouTube, blog-uri, *newsletters*, aplicații care odată descărcate pe telefonul mobil oferă informații utilizatorilor despre cum, când și unde se pot implica în proteste etc. (Mercea, 2012; Stoica & Mihăilescu, 2012). Ambele platforme de comunicare *online* au permis organizarea în structuri flexibile, nonierarhice și fără o coordonare centralizată a acțiunilor. Acesta este contextul socio-tehnologic în care ar trebui înțelese fenomenele sociale investigate, însă a existat și unul socio-politic. Din decembrie 2010 și până în prezent în Peninsula Arabică și nordul Africii au izbucnit o serie de proteste investigate sub sintagma de *primavara arabă*. Protestatarii au utilizat tehnici nonviolente, inspirate din ideile lui Mahatma Gandhi, pentru a contesta regimul politic și mass-media tradiționale care îi sprijineau pe politicieni (Ghonim, 2012). S-au folosit de campanii susținute al căror repertoriu includea greve, demonstrații, marșuri și mitinguri. În acest context, noile media au fost utilizate pentru organizare, mobilizare, transmiterea informațiilor în timp real către un public vast și pentru a crește gradul de conștientizare al populației privind cenzura asupra Internetului și formele de represiune folosite de către conducători (Ghonim, 2012; Markham, 2014; Sakr, 2013; Wolfsfeld, Segev & Sheafer, 2013).

Specificul protestelor din Piața Universității și al celor împotriva proiectului minier de la Roșia Montană ar trebui raportat la acest cadru. Pe de o parte există un context socio-tehnologic (apar practici de comunicare noi și scade publicul mass-mediei tradiționale), iar pe de altă parte unul socio-politic. Actorii politici au tot mai puțină legitimitate, scade numărul cetățenilor care se prezintă la vot sau se interesează de probleme de natură politică, instituțiile statului se confruntă cu o scădere a credibilității, nivel de trai este scăzut, iar societatea se confruntă cu probleme precum corupția (Bennett, 2005; Castells, 2010; Ghonim, 2012; Lagos, Coopman & Tomhave, 2014; Yang, 2008; 2009; 2013). În aceste condiții, apar particularități emergente ale formelor de protest investigate, cum ar fi:

- un mod descentralizat de organizare și coordonare al acțiunilor;
- lipsa oricărei forme de leadership și din această cauză nici o acțiune nu poate fi atribuită celorlalți membri și nici nu există nici un statut formal de membru – acesta este oferit oricui îl dorește și susține acțiunile întreprinse de ceilalți;
- idei, norme și valori extrem de flexibile sau ceea ce Donatella della Porta și Sidney Tarrow numeau *neînțelegeri provocate intenționat* sau slăbirea *cadrajelor de tip ideologic* având scopul de a încuraja participarea unor cetățeni din medii sociale foarte variate și având viziuni și soluții diferite (Bennett, 2005; della Porta & Tarrow, 2005);
- protestatarii nu împărtășesc o singură agendă de acțiuni și o direcție comună (în special în cazul Pieții Universității);

- este promovată o lipsă de concordanță – idei politice de stânga și de dreapta incluse în același timp în mesajele protestatarilor – ce ar putea fi explicată prin aceeași strategie denumită *neînțelegeri provocate intenționat* menționată de către Donatella della Porta și Sidney Tarrow;
- individul este plasat în centrul multiplelor rețele interumane funcționale *online* și *offline*, iar în acest mod funcțiile structurilor organizației sunt înlocuite de către o rețea densă de relații interpersonale (Bennett, 2005);
- acțiuni și mesaje creative ca parte a repertoriului, cu rolul de a distra audiența;
- toate acțiunile întreprinse de către protestatari susțin un stil de viață alternativ, potrivit altor reguli decât cele cu tradiție în societate (practic normele sociale devin destul de flexibile).

Toate aceste caracteristici inedite de manifestare conduc spre premisa că protestele din Piața Universității în perioada ianuarie-februarie 2012 și cele împotriva proiectului de la Roșia Montană din septembrie și octombrie 2013 ar trebui înțelese într-un nou context comunicațional.

Rezultatele studiului relevă faptul că pot fi observate mai degrabă spații non-deliberative, fenomenul activismului civic *online* ia amploare, iar mediul virtual este folosit în mod eficient de către activiști. Folosirea Internetului facilitează construcția unui spațiu comunicațional alternativ cu identități discursive specifice și un discurs critic, antisistem, din motiv ce permite o varietate de agende și forme de dezbatere. Se formează o diversitate de arene discursive unde este invocat un alt interes public.

Structură

Problematica acestei lucrări este tratată în șapte capitole. Primele trei sunt teoretice, al patrulea dezvoltă cadrul metodologic, penultimele două reprezintă studiul empiric, iar ultimul capitol concluziile finale. Fiecare capitol începe cu o introducere care reia problematică lucrării și anunță întrebările de cercetare.

Primul capitol prezintă principalele dezbateri teoretice din jurul conceptului de spațiu public și direcții critic-reflexive. Discutăm și teorii și cercetării empirice despre sfera publică alternativă și formarea *contra-public*-urilor. Nu în ultimul rând, ne referim la fenomenul activismului media. În acest capitol, argumentăm că am putea discuta despre formarea

unei sfere publice virtuale dacă renunțăm la o perspectivă strict habermasiană asupra conceptului. Prin spațiu public înțelegem un mod de comunicare ce permite o diversitate de puncte de vedere despre problemele de interes comun și existența unor mecanisme de mediere între diferite poziții adoptate de cetățeni.

În al doilea capitol, definim mai întâi conceptul de mișcare socială dintr-o perspectivă interdisciplinară. Ulterior, ne referim la concepte și teorii despre activismul civic *online*, prezentăm repertoriul acțiunilor de protest din mediul digital și o clasificare a acestora și aducem în discuție modele de mișcări sociale și practicile lor comunicaționale. Capitolul se va încheia cu rezultatul unor studii actuale despre activismul civic *online*, din domeniul științelor comunicării, antropologiei și sociologiei.

În al treilea capitol, tratăm conceptul de rețea socială *online*, crearea identităților virtuale și discutăm contribuția rețelei sociale Facebook la construcția unui cadru deliberativ. Prezentăm spații unde poate fi observată deliberarea și limitele acestui proces. Argumentăm că nu putem discuta despre o stare de omogenitate a cadrului comunicațional generat prin folosirea rețelei sociale *online* Facebook. Cu toate acestea, pot fi observate o diversitate de spații care întrunesc într-o mai mică au mai mare măsură condițiile democrației deliberative.

Al patrulea capitol reprezintă cadrul metodologic al lucrării. Discutăm despre metodele de cercetare folosite (analiză de dispozitiv și analiză de discurs), construcția ariei empirice, instrumentul de cercetare și limitele *designului* metodologic. Instrumentul de cercetare propus se distinge prin faptul că ia în considerare atât capitalul vizual al paginilor de Facebook (secțiunile paginii, imagini iconice, fotografii simbolice, poze de profil, copertă), cât și cel verbal generat de discursul protestatarilor. Totodată, putem observa identităților comunicaționale construite prin intermediul paginilor de Facebook. Considerăm că aceste construcții identitare influențează modurile de interacțiune și practicile de dezbatere *online*.

Următoarele două capitole formează studiul de caz. Discutăm despre identitățile virtuale ale utilizatorilor și spațiul deliberativ construit prin intermediul paginilor de Facebook *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*. Totodată, sunt investigate și imaginile despre clasa politică, media și reprezentanții corporației *Gabriel Resources* (cazul *Roșia Montană*). Rezultatele susțin faptul că, în timp ce dispozitivul *Pieței Universității* este unul deschis, permisiv, iar utilizatorii comunică de pe poziții egale și pot influența agenda de dezbateri, în cazul paginii *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* se observă un dispozitiv format în timp. Această pagină reprezintă o sinteză a evoluției problemei *Roșia*

Montană și a importanței ei în societatea românească. Agenda de dezbateri este deja trasată, iar utilizatorii sunt mobilizați și antrenați ca actori activi și membrii ai unei rețele internaționale mai vaste.

Ultimul capitol dezvoltă concluziile studiului de față. Chiar dacă dezbaterea pe Facebook este un fenomen actual, promovat intens de către activiștii civici, paginile investigate au mai degrabă un caracter nondeliberativ. Discursul este fragmentat într-o multitudine de probleme mici interconectate, iar accentul este pus pe mobilizare și informare și nu pe deliberare, opiniile nefiind în toate cazurile argumentate. În cele din urmă, discutăm despre contribuțiile teoretice și empirice ale cercetării, limite și direcții viitoare de investigare.

Partea întâi

Facebook: câmp de luptă pentru activiști

I. Sfera publică și contrapublicuri în mediul virtual

1.1. Spațiul public

În această secțiune discut cele mai importante perspective teoretice referitoare la sfera publică și prezint relevanța acestui concept în relație cu activismul civic *online*. Nu-mi propun o analiză exhaustivă, ci voi sublinia conceptele care îmi vor folosi ulterior pentru a înțelege noile mișcări sociale și rolul lor într-un spațiu public virtual.

Spațiul public și influențele noilor media asupra societății au avut și continuă să dețină un loc însemnat pe agenda cercetătorilor din domeniul științelor sociale și reprezintă importante teme de dezbatere pentru intelectuali. Preocupările s-au axat, în principal, pe măsura în care conceptul de spațiu public este unul operațional în societatea postindustrială de azi, unde funcțiile antrenate de sistemul media – pentru a stabili un cadru de dezbatere transparent și a permite accesul liber și egal al cetățenilor – sunt atrofiate prin consumerism și tendința accentuată spre divertisment. În același timp, cercetarile academice dezbat modurile prin care acest concept ar putea contribui la un proiect democratic, având promisiunea de a remedia insuficiențele sistemelor de guvernământ (Dahlgren, 2001; 2005; 2009). Conform unui astfel de proiect, punctele de vedere ale cetățenilor ar putea fi mai bine reprezentate, iar forma de guvernământ ar oferi o deschidere mai mare, o diversitate culturală accentuată și o structură mai fluidă, ceea ce ar fi în beneficiul democrației (Dahlgren, 2005). În acest context, se pune întrebarea: care ar fi influența noilor media asupra sistemului democratic actual, avantajele și dezavantajele la nivel macrosocial? (Dimaggio, Hargittai, Neuman & Robinson, 2001).

Ascensiunea noilor media şi, în special, a reţelelor sociale ca resurse comunicaţionale importante generează noi practici de comunicare şi de interacţiune şi alt mod de vizibilitate a temelor de discuţie. Prin lucrarea de faţă este investigat impactul noilor media asupra spaţiului public: cum anume influenţează noile media condiţiile de producere a spaţiului public şi formele de manifestare alternative; cum se institue publicurile *subalterne*, mai exact cele care *contracarează*, vin să conteste discursurile dominante şi poziţia ocupată în cadrul societăţii de către actorii sociali cu acces la resurse. Discursurile dominante reproduc o anumită viziune despre lume creată şi transmisă mai departe cetăţenilor de actorii sociali ce deţin puterea. În acest mod, ei îşi legitimează statutul şi propun o anumită abordare a lucrurilor, considerată a fi în interesul întregului public. Aceste discursuri garantează perpetuarea formelor de putere deja instituite în societate şi asigură o poziţie de putere pentru anumite categorii sociale (Bernal, 2005; Russell, 2005; van Dijk, 1996). Totuşi, ca să putem discuta despre spaţiul public, este necesar să fie asigurată condiţia accesului egal, transparenţă în procesul de luare al deciziilor la nivel oficial şi lipsa constrângerilor privind participarea la formarea acestui cadru de dialog. Într-o democraţie, un grup minoritar de indivizi ar trebui să poată lansa în dezbatere publică o problemă specifică lui. Altfel, acest grup ar fi discriminat, poate ar suferi chiar o *enclavizare*. Însă, ca să pot discuta despre publicurile de tip *enclavă*, ar trebui să fi clarificat mai înainte de toate ce este spaţiul public.

Într-o primă etapă, mă voi referi la lucrările lui Jürgen Habermas şi Hannah Arendt, autori fondatori pentru înţelegerea noţiunii de spaţiu public. Pe această bază aprofundez problematica *accesului la spaţiul public* (Habermas, 1991; 1992) şi conceptul de *spaţialitate* (Arendt, 1958).

Ulterior, voi aduce în discuţie cele mai importante poziţii critice din jurul conceptului şi relevanţa lor pentru lucrarea de cercetare de faţă. Există totodată un anumit context tehnologic şi comunicaţional care nu ar trebui neglijat într-o cercetare despre sfera publică virtuală. Ascensiunea noilor media şi în special a reţelelor sociale a reanimat dezbaterile legate de posibilele contribuţii şi implicaţii sociale ale utilizării unor noi mijloace de comunicare.

1.1.1. Spaţiul public burghez

Spaţiul public este un concept controversat, în special prin modelul normativ al lui Habermas criticat pentru faptul că ar fi dificil de aplicat în societatea postindustrială de azi, care a suferit multiple transformări

(la nivelul sistemului politic, mediatic, social, economic etc.). Alte probleme ridicate în jurul conceptului de spațiu public sunt următoarele:

- dacă media mai pot să-și păstreze aceleași funcții de vreme ce sfera politicului și cea a economicului se întrepătrund în multiple moduri;
- măsura în care noile media asigură o formă de mediere între opiniile diferitor publicuri, astfel încât să se ajungă la formularea și asumarea unor probleme publice;
- contribuția noilor mijloace de comunicare la democratizarea societății sau, dimpotrivă, la *tribalizarea* ei (Maffesoli, 1996; McLuhan, 1997). Prin *tribalizare*, Maffesoli se referă la procesul de fragmentare și izolare pe care l-ar suferi individul în postmodernitate.

Pentru că se confruntă cu o nevoie accentuată de a forma conexiuni de ordin emoțional cu alți actori sociali, acesta își dorește să devină membru unor comunități diverse și este cumva depersonalizat, interesele lui particulare scăzând ca importanță în comparație cu aspirațiile grupului. Individul renunță la valorile lui pentru că nevoia lui de apartenență este resimțită foarte puternic în comparație cu propriile aspirații. Din această perspectivă, spațiul public ar evolua înglobând influențe provenite din procesul de tribalizare. Ca urmare, când sunt gestionate probleme de interes comun, rolul rațiunii este diminuat și devin mai importante sentimentele.

Înainte de toate, ar trebui specificat faptul că spațiul public nu trebuie confundat cu un *cadru comunitar de acțiune*. Prin acest concept fundamental pentru științele sociale, voi înțelege spațiul comun în care se întâlnesc actorii sociali având aceleași valori și simboluri identitare pentru a se mobiliza și a întreprinde împreună anumite acțiuni (Beciu, 2011; Wolton, 1998). În schimb, în spațiul public coexistă cetățeni cu identități și interese diversificate (Habermas, 1992; Robbins, 1993).

Direcțiile de cercetare care acordă un interes deosebit mediatizării evenimentelor la distanță susțin ideea că publicul comunitar este format din spectatori sau utilizatori ce reacționează la informațiile legate de comunitatea de apartenență (din zona lor de proximitate) și îi afectează în mod direct, în timp ce publicul cosmopolitan rezonează cu evenimente aflate în zone îndepărtate și nu depind neapărat de grupul de proveniență (Chouliaraki, 2008a; 2008b). Publicul cosmopolitan mobilizează principii și argumente cu valoare universală și resimte suferința celorlalți, chiar dacă aceștia se află la o anumită distanță spațială și nu aparțin aceleiași comunități (Chouliaraki, 2008a; 2008b). O posibilă problemă care rezultă din înțelegerea conceptelor de spațiu comun și

spațiu public ar fi natura ansamblului format din resursele cu valoare comunicațională disponibile pe rețeaua socială *online* Facebook. Îmi propun să urmăresc, prin investigarea modului de interacțiune din mediul virtual, temele și argumentele introduse în dezbatere, dacă utilizatorii dețin identități și interese diversificate sau este vorba mai degrabă despre un spațiu de omogenizare.

Diversitatea publicurilor și a intereselor lor este o problemă centrală pentru înțelegerea conceptului de spațiu public. În viziunea lui Jürgen Habermas (1991; 1992), acest concept este descris ca fiind un mod de comunicare și de interacțiune prin intermediul căreia se caută acordul și înțelegerea, făcându-se apel la argumente de tip rațional. În plus, este important să rezulte o formă de mediere și să genereze formularea unei probleme relevante pentru întreaga societate. Deoarece viața socială a devenit din ce în ce mai complexă, publicurile trebuie să coexiste, iar rolul spațiului public este de a oferi acestora un cadru propice dezbaterii. Potrivit lui Habermas, spațiul public ar trebui să medieze între diferite sfere de activitate: politică, privată, administrativă sau ce aparține societății civile (Habermas 1998; 2006). În contextul lucrării de față, conceptul de mediere este esențial pentru înțelegerea spațiului public oficial, dar și a formării unui spațiu alternativ. Se pune problema dacă sfera publică alternativă permite medierea între diverse publicuri, dar și între variate domenii de activitate. Cu alte cuvinte, îmi propun prin acest demers de cercetare să observ în ce măsură poate fi considerat cadrul de comunicare și interacțiune de pe rețeaua socială *online* Facebook o *contrasferă publică* și cum devine aceasta funcțională.

Cele mai multe poziții teoretice legate de conceptul de spațiu public se referă la lucrarea lui Habermas *Sfera publică și transformarea ei structurală*, publicată prima dată în 1962 și tradusă în engleză abia în 1989. Habermas explică spațiul public de sorginte burgheză care apare în Franța, Marea Britanie și Germania și antrenează schimbări sociale și politice importante. Probleme relevante pentru comunitate erau aduse în discuție de către o elită culturală reprezentând un număr restrâns de cetățeni, însă totul era dezbătut într-o manieră critică (argumentele relevante erau cele de ordin rațional). În epoca modernă, circulau numeroase publicații, surse de informare pentru membrii comunității, dar dialogurile la care luau parte erau private. Conținutul conversațiilor începe să aibă un caracter tot mai public, pentru că era în interesul unui număr considerabil de persoane (Habermas, 1991). În acest mod, se formează publicul presei scrise.

Puterea și influența acestui nou public provine din dezbaterile și ideile care circulă și se fac auzite mai departe. Participanții sunt indivizi

cu un anumit prestigiu în grupul lor social. Ceea ce era discutat în sfera publică poate fi difuzat și preluat mai departe de către redactorii de la diverse publicații. Presa reprezenta o sursă de informare ce alimenta dezbaterile, însă, rolul ei nu se oprește aici. Jurnaliștii preiau ideile prezente în spațiul public (Habermas, 1991; Habermas, 1992; Calhoun, 1992; Dahlgren, 2005). Astfel, ceea ce se discută despre problemele de interes comun va avea o influență ulterioară, prin intermediul ziarelor, asupra cititorilor care, la rândul lor, vor purta alte dialoguri în cadrul familiei sau al grupului de prieteni. Informația circulă pe orizontală și pe verticală în societate, creând o presiune de ordin social. Transparența informațiilor și accesul liber al tuturor membrilor societății sunt condiții esențiale pentru formarea spațiului public. Dacă aceste condiții nu sunt respectate, discutăm despre grupuri de putere cu o influență prea mare într-o colectivitate, iar, pe de cealaltă parte, vor rămâne în afara arenei publice de dezbatere ceilalți cetățeni, cei discriminați. Sfera publică nu ar trebui să fie acaparată de nici un grup social. Într-o democrație, este necesar ca toți membrii societății să aibă acces la discuțiile legate de problemele de interes comun. Pentru a înțelege mai bine acest fapt, este necesar să explic modul de formare al spațiului public.

Sfera publică se dezvoltă între sfera privată și cea a autorității publice. În timp ce ultima desemnează statul și clasa conducătoare, sfera privată cuprinde societatea civilă în care este inclus domeniul schimbului de mărfuri și piața muncii. Prin spațiul public, punctele de vedere și viziunile cetățenilor sunt aduse la cunoștința reprezentanților puterii. Acest spațiu este conceput ca fiind unul distinct de stat, deoarece aici este produs și pus în circulație un discurs care poate deveni critic la adresa guvernanților (Dahlgren, 2009; Habermas, 1991; Nash, 2010). Cu alte cuvinte, în sfera publică actorii sociali discută temele care îi preocupă și pot ajunge să aibă idei și soluții diferite de cele oferite și împărtășite de clasa conducătoare. În acest context, m-aș putea referi la funcția critică a opiniei publice. Astfel, spațiul public legitimează actorii politici sau, din contra, le atribuie o lipsă de legitimitate. Problema se complică în momentul în care introducem în discuție grupurile marginalizate, periferice, având identități și interese diferite. În acest caz, nu mai este vorba despre o singură sferă publică.

Problema care se studiază la ora actuală în literatura de specialitate este dacă spațiul public trebuie tratat ca o singură entitate (Habermas, 1991) sau este alcătuit mai degrabă dintr-o diversitate de publicuri (Dayan, 2005; Dahlgren, 2001; 2005; Eley, 1992; Fraser, 1990; 2014; Garnham, 1992; Habermas, 1992; 2009). Însuși Habermas a admis în introducerea scrisă în 1989, cu ocazia republicării lucrării sale principale, o sferă publică secundară, pe care a numit-o *plebee.* Filosoful german consideră că aceasta

poate fi atât o variantă a sferei publice burgheze, cât și un tip alternativ, deoarece sunt prezente și elemente divergente, care fac notă discordantă față de discursul burghezimii (Habermas, 1991; Fraser, 1990). În acest context, Habermas ia în calcul existența unei pluralități de sfere, în detrimentul unui singur spațiu de dialog, care ar contraveni menținerii status-quó-ului deja instituit (un anumit statut deținut într-un context de putere). Poate exista, așadar, și un discurs *alternativ* sau care s-ar opune celui oficial reprezentat prin ideile împărtășite și răspândite de un număr restrâns de cetățeni cu acces la resurse materiale, comunicaționale și simbolice. Ideea unei pluralități de sfere în contextul investigării construcției unui spațiu public în *online* permite reconsiderarea posibilității formării unei arene antihegemonice de dialog între diverse publicuri.

O altă idee importantă, pluralitatea publicurilor este afirmată și în lucrarea *Between Facts and Norms* (Habermas, 1998), din a doua perioadă a scrierilor lui Habermas, în care autorul aduce în discuție creșterea gradului de complexitate de la toate nivelurile vieții unui sistem democratic. Este respinsă concepția legată de existența unui singur public omogen, reafirmându-se de fapt coexistența mai multor publicuri cu interese specifice. În același timp, sfera politică și cea economică au parcurs multiple transformări, ceea ce a avut o influență ulterioară și asupra sferei publice. Nu mai discutăm de condițiile în care membrii burghezimii se documentau din ziare și cărți și dezbăteau în cafenele cele mai importante aspecte ale momentului. Teoria inițială a capturat un anumit punct din trecut care nu mai este acum actual. Habermas afirmă că s-a creat o distanță tot mai mare între acest model normativ și abordările empirice asupra fenomenului politic. Pe de altă parte, paradigma deliberativă – în care actorii sociali cu scopuri, preocupări și resurse diferite ajung să fie de acord în privința unor reguli de discuție și interacțiune – pune accentul mai mult pe funcția epistemică a discursului și pe negociere, în detrimentul alegerii raționale și a ethosului politic (Beciu, 2011; Habermas, 2000). Potrivit acestei teorii, se presupune că există condiții care să asigure transparență, oportunități egale de participare și prezumția că rezultatul dialogului va fi unul corect și rezonabil. Cu alte cuvinte, procesul deliberativ implică dezbatere și reflexie asupra tuturor argumentelor înaintea luării unei hotărâri, iar, ca acest demers să fie cu adevărat unul democratic, indivizii ar trebui să poată lua parte indiferent de condițiile sociale și economice.

Studiile culturale au reluat paradigma deliberativă punând accentul însă pe rolul emoțiilor în formarea spațiului public și susținând că în ultimii ani în Occident s-a observat un discurs public în care afectele ocupau o poziție centrală (Hermes, 2006; Pantti, 2010). Suntem martorii

nașterii unor sfere publice de tip alternativ, unde sentimentalul controlează ceea ce este permis să fie publicat sau să primească atenția cetățenilor (Pantti, 2010). Totodată, asistăm la o fragmentare a intereselor comune și a identităților asumate de către grupurile sociale.

În aceeași ordine de idei, inițial Habermas discuta despre un singur public omogen, ulterior a admis existența unei sfere publice alternative (plebee), iar, în cele din urmă, mai multe publicuri cu interese specifice (Habermas, 1998). Totuși, procesul de fragmentare în care se înscriu noile mișcări sociale și grupuri opozante nu este considerat de către sociologul german ca având vreun beneficiu asupra extinderii activităților civice și al valorilor democratice pentru că discuțiile nu contribuie decât la fragmentarea opiniilor. Avem de-a face, mai degrabă, cu un amalgam de puncte de vedere polarizate și nu sunt create condițiile necesare unei medieri, nu se ajunge la formularea unei probleme comune asumate de către participanți (Habermas, 1991; 1992; 2009; Kellner, 2000). Dacă discutăm despre polarizarea opiniilor în *online*, atunci rămâne întrebarea dacă mai este posibil procesul deliberativ în acest mediu.

Scrierile lui Habermas reafirmă importanța modelului deliberativ și discută situația în care ar fi putea fi unul realizabil și operațional în contextul democratic din epoca contemporană. Potrivit filosofului german, societatea occidentală este expusă la un volum impresionat de informații despre teme politice, dar sfera publică este caracterizată, în același timp, în mod negativ de lipsa unui context propice deliberării, deoarece lipsește interacțiunea de tip față-în-față a celor care iau decizii și o anumită reciprocitate între persoanele ce se adresează publicului larg și destinatarii mesajelor transmise. Mai mult decât atât, dinamica mass-media este dictată de puterea de selecție a jurnaliștilor și a modului în care ei interpretează și prezintă mesajele. În plus, există și niște imperative economice puternic modelatoare ce au o anumită influență în selectarea informațiilor și prezentarea știrilor.

În acest context, Habermas susține că sistemul mediatic ar trebui să se mențină autonom de mediul în care el funcționează și, totodată, ar fi necesar să interconecteze, adică să medieze între comunicarea politică existentă în sfera publică, societatea civilă și reprezentanții puterii. Mai mult decât atât, este important ca societatea civilă să încurajeze cetățenii și să le creeze șanse să participe și să răspundă la discursul public. Problema accesului în spațiu public este reluată în cadrul studiilor de gen care explică poziția femeilor în societate și identitatea atribuită lor examinând perspectiva patriarhală asupra acestei situații (Bastian Duarte, 2012; Fraser, 1990; 2005). Alți cercetători susțin că posibilitatea

de a lua parte la dialogurile din sfera publică este o condiție esențială pentru un sistem democratic pentru că o democrație condusă de elite este un nonsens (Lesnikova, 2011). Audiența formată din oameni obișnuiți are nevoie să ofere și să primească *feedback* la rândul ei, ca să existe o formă de comunicare reală între guvernanți și cei pe care-i reprezintă. În același timp, în acest caz opinia publică nu va mai fi dictată de marile trusturi de presă, ci va aparține cetățenilor care, astfel, își vor manifesta voința și le vor adresa aleșilor doleanțele lor.

Modelul propus de Habermas rămâne un ideal, fiind discutabilă măsura în care sistemul mediatic poate să se mențină autonom. Totuși, lumea suferă un proces de digitalizare, ziare, posturi de radio și televiziuni emit în *online*. Atât timp cât Internetul va rămâne nereglementat, își va păstra acest mediu de comunicare autonomia sau va ajunge să fie guvernat de aceleași imperative economice discutate și criticate de Habermas? Însă, viziunea filosofului german respinge o posibilă contribuție pozitivă a noilor media asupra democrației.

Perspectiva teoretică propusă de Habermas pune accent pe dimensiunea discursivă a sferei publice și respinge orice formă de localizare spațială. Cu toate acestea, calitatea de a fi prezent într-un loc și de a fi văzut îi atribuie subiectului o anumită poziție în care poate forma legături cu semenii lui, importante pentru fenomenul politic. De aceea, mă voi referi în continuare la scrierea lui Hannah Arendt *The Human Condition*, punctând ideile relevante pentru lucrarea mea de cercetare.

1.1.2. Solidaritate și reciprocitate

Spre deosebire de viziunea lui Habermas în care spațiul public este un mod de comunicare și de interacțiune, Hannah Arendt (1958) accentuează dimensiunea spațială, a afișării publice. Pentru ca implicarea civică a cetățenilor să fie reactualizată în contemporaneitate, trebuie să fie recuperată o lume comună la care au acces toți membrii unei comunități și să fie create numeroase spații unde indivizii să fie prezenți, să-și dezvăluie identitățile din plan social și să stabilească relații de reciprocitate și solidaritate. Mai mult de atât, este necesar ca actorii sociali să-și formeze o conștiință de public care împărtășește ceva. Lumea comună cuprinde artefacte și instituții ce separă actorii sociale de natură și le furnizează un context permanent și durabil pentru acțiunile întreprinse.

Spațiul public și sfera politicului au trei caracteristici esențiale (Arendt, 1958):

- Artificialitate (viața politică nu este rezultatul unor schimbări din natură, ci un produs de ordin cultural);
- Spațialitate (faptul de a fi si a aparea *in public* îi constituie realitatea);
- Distincția dintre interese particulare și interese publice.

Spațiul public și cel privat sunt interdependente, însă, pentru ca sistemul democratic să funcționeze, ele nu trebuie să fuzioneze. Solidaritatea între cetățeni nu presupune ca aceștia să renunțe la calitatea lor de soț sau tată. Ceea ce face societatea de masă atât de dificil de suportat nu este numărul foarte mare de indivizi pe care îi conține, ci faptul că lumea comună dintre ei și-a pierdut puterea să-i unească, să creeze conexiuni, dar să-i și separe în același timp (Arendt, 1958; Calhoun, 1992). Astfel, pentru ca societatea de masă să nu devină una în care actorii sociali își pierd individualitatea și-și dizolvă interesele particulare, trebuie să fie menținută o distincție clară între ceea ce ține de domeniul privatului și ce aparține publicului și să fie garantate spații unde indivizii să fie prezenți, să-și dezvăluie identitățile din plan social și să stabilească relații de reciprocitate și solidaritate. Hannah Arendt nu pune accentul pe procesul persuasiv al acțiunii deliberative, ci pe legăturile care se stabilesc între indivizi în momentul în care aceștia acționează în calitate de cetățeni *în public*. Politicul devine o activitate prin modul în care actorii sociali ajung să împărtășească o lume comună, astfel încât să ridice probleme publice și să le articuleze din multiple perspective de analiză. Solidaritatea și reciprocitatea sunt principiile de bază ale unui spațiu public.

Spre deosebire de Habermas, Hannah Arendt concepe spațiu public precum o realitate socială evolutivă. Este mai degrabă o evoluție rezultată din normele unei anumite societăți, decât un model normativ ce ar trebui urmat îndeaproape (Adut, 2012). În scrierile sale, se referă la numeroase locuri unde indivizii se întâlnesc pentru a pune la punct aspecte ce țin de viața publică și să-și dezvăluie identitățile din plan social, subliniind în acest mod spațialitatea (Adut, 2012; Arendt, 1958). În același timp, spiritul critic nu mai este atât de proeminent, iar acest fapt poate fi explicat prin dimensiunea culturală a spațiului public. O posibilă implicație pentru lucrarea de față este că am putea anula universalitatea conceptului de sferă publică și accepta unele fluctuații, atât timp cât se păstrează marile particularități ale sale ce sunt menționate și în scrierile lui Habermas: accesul liber și egal, transparența, un anumit repertoriu tematic de interes comun și posibilitatea unei medieri între puncte de vedere diferite.

Dimensiunea spațială a sferei publice este subliniată și de către Ari Adut (2012) care susține că vizibilitatea și publicarea informațiilor produc semnificații majore pentru societatea civică și determină configurarea

și evoluția ulterioară a unor atitudini politice foarte variate (de pildă un conținut *scandalos* sau obscen ce ar putea deveni *acceptabil* în anumite condiții). La rândul lor, atitudinile exprimate public influențează decizii și comportamente politice. Sfera publică nu ar trebui să fie redusă la o dimensiune discursivă, deoarece există anumite efecte colective sau de status cu rezonanță asupra fenomenului politic – provenite din vizibilitatea și publicarea unor informații – deloc de neglijat pentru înțelegerea modului de funcționare a spațiului public și a evoluției problemelor publice și a celor private (Adut, 2012).

Majoritatea pozițiilor teoretice și empirice legate de spațiul public și sistemul democratic actual fac referire la *Sfera publică și transformarea ei structurală,* deși Habermas însuși a revenit asupra lucrărilor sale și a adus completări. Principalele critici aduse viziunii habermasiene pot fi sintetizate astfel:

- spațiu public nu a fost niciodată omogen (Dayan, 2005; Dahlgren, 2001; 2005; Eley, 1992; Fraser, 1990; 2014; Garnham, 1992; Habermas, 1992; Negt & Kluge, 1993);
- democrația deliberativă este mai degrabă un ideal decât un proiect realistic, se supraestimează valoarea acordului la care s-ar putea ajunge printr-o dezbatere rațională (Fraser, 1990; Fraser, 2005; Mouffe, 1992; Mouffe, 1999; Mouffe, 2000; Papacharissi, 2009);
- spațiul public ar trebui înțeles ca fiind format din multe alte subspații diferite, incluzând noile media (Bernal, 2005; Dahlgren, 2005; Kahn & Kellner, 2004);
- tratează funcția pe care o poate deține media în societatea contemporană în promovarea democrației și a interesului public, susținând că sistemul mediatic își pierde rolul structural în construcția unei societăți democratice (Guobin, 2003; Kahn & Kellner, 2004; Kellner, 2000).

Lucrarea lui Habermas rămâne un punct de referință pentru cercetătorii din domenii precum sociologia, politologia și științele comunicării pentru idealul de societate democratică pe care-l prezintă și condițiile normative ale producerii spațiului public. Însă, Habermas însuși a revenit asupra ei și a discutat ulterior despre coexistența unei pluralități de sfere, anulând ideea unui singur spațiu omogen. Publicurile diversificate care îl formează constituie una dintre cele mai dezbătute și criticate dimensiuni de analiză, ridicind intrebarea: cine are acces la sfera publică și cine este exclus?

1.2. Direcții critic-reflexive

Principalele poziții critice susțin faptul că Habermas a idealizat sfera publică burgheză prezentând-o ca fiind un model de integrare socială și nu a luat în considerare și limitele acestui model (Kellner, 2000). Sociologul și politologul german discută despre transparența procesului deliberativ, incluziune și oportunități egale pentru toți membrii societății și prezumția că rezultatul va fi unul rezonabil și avantajos pentru participanți, indiferent de condiția lor socială. Totuși, alți cercetători din domeniu consideră că, de fapt, anumite grupuri de cetățeni au fost de la început excluși și nu au fost reprezentați la nivelul discursurilor publice, participarea lor în sfera publică fiind limitată (Fraser, 1990; Kellner, 2000, Negt & Kluge, 1993).

În această secțiune, îmi propun să prezint cum au evoluat în timp discuțiile critice referitoare la condițiile de producere ale spațiului public. Voi începe cu problema discursurilor dominante care legitimează statutul celor ce dețin deja o anumită poziție, destul de avantajoasă.

1.2.1. Discursul ca formă de putere

Argumentele de ordin culturalist susțin că o limită considerabilă a viziunii lui Habermas ar fi concepția acestuia legată de limbă, deoarece este prea universală și lipsită de istoricitate (Kellner, 2000; Mouffe, 1999). Limba și întregul proces al comunicării dintre actorii sociali sunt integrate în forme de putere și într-un anumit sistem politic și social ce urmărește să-și asigure continuitatea și legitimitatea. În același timp, sunt promovare interese de dominare și manipulare ale cetățenilor. Limba este imprimată cu transpuneri subiective ale realității, părtinitoare, ce servesc unui grup dominant. Limbajul nu este niciodată *nevinovat* și filosofic în natura lui, ci ar reflecta și ar contribui la păstrarea anumitor condiții sociale și politice (Kellner, 2000; Van Dijk, 2006). Această poziție critică atacă statutul viziunii lui Habermas ca ideal de urmat în scopul democratizării sistemului de guvernare din capitalismul târziu. Conceptul de spațiu public ar surprinde un anumit stadiu istoric în care burghezia era clasa dominantă și urmărea să-și păstreze acest avantaj.

În concepția lui Habermas, mass-media și sfera publică funcționează în afara sistemului politic, în principal ca un spațiu al discuțiilor dintre indivizi și nu precum unul care facilitează lupta între tabere opuse, forme de organizare civică și procesul de transformare al structurilor societății.

Cetățenii sunt lipsiți de o capacitate reală de a reforma politicul, abilitatea sferei publice de a rezolva probleme prin propriile acțiuni fiind ca și anulată (Kellner, 2000). În aceeași ordine de idei, Habermas își exprimă îndoiala că noile mijloace de comunicare și grupurile opozante pot să creeze un context favorabil pentru dezbaterile publice. Din acest motiv, procesul prin care poate fi consolidat și transformat un sistem democratic este îngrădit la mass-media tradiționale (Kellner, 2000), iar mișcările sociale sunt excluse din perspectiva lui Habermas (1991) pentru că nu formează un cadru propice dialogului social, ci contribuie la fragmentarea societății. Alți autori susțin că acestea au un rol crucial în reorientarea agendei discursurilor politice, aducând în atenția cetățenilor și alte teme de discuție (Calhoun, 1992; Castells, 1996). Chiar dacă acceptăm aceste argumente, nu înseamnă că date empirice ulterioare nu ar putea să le infirme, mai ales că, în prezent, societatea a trecut de la etapa de adaptare la noile media, la cea în care le poate oferi o valoare instrumentală pentru atingerea unor obiective importante pentru sistemul democratic. De pildă, noile tehnologii comunicaționale facilitează o cultură civică generată de proiecte locale, unele de natură culturală (Lähdesmäki, 2013), acestea putând susține noi forme de solidaritate între indivizi, în interiorul diverselor publicuri fragmentate și chiar contribui la rezolvarea unor probleme de interes comun.

Habermas nu este singurul autor ce susține că noile media facilitează fragmentarea societății (Arceneaux & Johnson, 2010; Mancini, 2003), însă poate ar trebui luate în considerare și potențialele avantaje ale utilizării lor, precum diversificarea vocilor publice și vizibilitate pentru probleme care altfel nu ar ajunge în media (Curran, 2010, Fenton, 2010). Dacă un posibil efect al folosirii noilor mijloace de comunicare este scindarea publicurilor, atunci ar trebui revăzut până unde continuă această divizare și posibilitatea ca procesul să se înscrie într-o dialectică, adică în anumite condiții să favorizeze solidarizarea utilizatorilor. Este posibil ca problemele, valorile, tematicile care îi dezbină pe membrii unei anumite comunități, să-i și unească până la urmă, pentru că orice evoluție socială parcurge, de fapt, mai multe etape și tendințe, nefiind unidirecțională (Cabin & Dortier, 2010; Bernal, 2005). În aceste condiții, ar trebui revizuite noi forme de agregare și de organizare, alte culturi civice din mediul digital și formele de activism civic și social. În același timp, apare întrebarea cum este posibilă o sferă publică în *online* și care ar fi condițiile sale de producere, astfel încât să fie posibilă medierea între diferite publicuri și să poată genera formularea unei probleme relevante pentru întreaga societate.

1.2.2. Democrația deliberativă ca model normativ

Cercetătorii care urmăresc să găsească dovezi empirice privind procesul de sporire a gradului de democratizare al fenomenului politic și al instituțiilor publice, aduc în discuție relația dintre idealurile democratice și ceea ce se întâmplă în mod curent în societate (Dahlgren, 2005; Mouffe, 1999; 2000). Aceștia susțin că democrația deliberativă constituie mai degrabă un ideal decât un proiect realistic. Limitele sale ar fi de ordin ontologic (Mouffe, 2000; 2005). Democrația deliberativă pornește de la premisa că poate fi atins un anumit nivel al dialogului social lipsit de constrângeri și prin intermediul căruia cetățenii ajung la un consens bazat exclusiv pe argumente de ordin rațional. Totuși, relațiile de subordonare și dominare sunt constitutive pentru societate și nu pot fi eliminate. Conceptul de putere este imposibil de scos din ecuație, el ținând de esența legăturilor formate între cetățeni. Când doi indivizi urmăresc să-și influențeze acțiunile, ei nu pornesc de pe poziție egale și nici nu vor ajunge în această situație.

Pe aceeași linie critică, alți teoreticieni susțin că valoarea acordului la care s-ar putea ajunge printr-o dezbatere rațională este supraestimată (Lyotard, 1984; Papacharissi, 2009). Din contra, dezacordul și promovarea unor viziuni individuale asupra problemelor considerate importante sunt cele care ar putea, de fapt, conduce la acțiuni democratice și la consolidarea societății civile (Lyotard, 1984). Viziunea lui Habermas pornește de la supoziția că indivizii se vor comporta ca agenți raționali și vor alege soluția cea mai bună pentru toți, însă, în situațiile de zi de zi din societatea contemporană, este puțin probabil ca ei să nu-și urmărească propriile interese (Mouffe, 1999). Dacă în epoca modernă, actorii sociali aveau sentimentul că aparțin aceleiași clase sociale, în prezent nu mai există o astfel de comuniune între ei, nu mai pot delibera doar pe baza statutului de cetățean. Pe aceeași linie de argumentare, într-o societate digitalizată conceptul de democrație deliberativă este limitat, căci internauții nu acționează prin prisma unor principii raționale, ci ei caută mai degrabă legături de ordin emoțional și resimt nevoia de apartenență. Discuțiile despre problemele sociale sunt alimentate de sentimentul de solidaritate și de faptul că sunt legați de o anumită comunitate, nu trăiesc izolat. Așadar, valoarea argumentelor bazate pe rațiune este supraapreciată.

Ca alternativă la conceptele de sferă publică și democrație deliberativă, Chantal Mouffe propune *pluralismul agonal* (Papacharissi, 2009; Mouffe, 1999) în care se fac auzite o multitudine de voci menite să-și susțină poziția și interesele. Excluziunile sociale și formele de discriminare sunt aduse în discuție publică și nu sunt mascate sub *vălul moralității și de necesitatea unor argumente raționale.* Ceea ce se urmărește prin acest demers

este recunoașterea relațiilor de putere din plan social și nevoia de a le transforma în cadrul unui proiect democratic. În același timp, este eliminată iluzia că putem rămâne pe poziții de egalitate în dialogurile purtate de cetățeni și că acțiunea de a-l influența pe celălalt nu implică impunerea unui anumit raport de subordonare. Abordarea lui Chantal Mouffe trece dincolo de condițiile istorice determinante ce au condus la formarea sferei publice și discută aplicabilitatea acestui concept în prezent. Până la urmă, spațiu public nu este lipsit de istoricitate, iar recrearea condițiilor propice de funcționare presupune, în același timp, discutarea unor limite.

În acest sens, Chantal Mouffe aduce în discuție argumentul lui Wittgenstein care consideră că, pentru a ajunge la un acord, actorii sociali ar trebui să se înțeleagă în privința limbajului folosit, fapt ce implică o aprobare mutuală a stilului de viață și a formelor sale cotidiene (Mouffe, 1999). Însă, limba și limbajul nu sunt universale, ci suferă o serie de variații de la o cultură la alta.

Potrivit filosofului austriac, putem vorbi despre proceduri doar când există un ansamblu complex de practici sociale. Loialitatea față de o anumită procedură și de etica înglobată în aceasta este generată de faptul că indivizii trăiesc în anumite condiții specifice pe care le înțeleg și dezvoltă un atașament față de ele. Totuși, acești agenți sociali aparțin unei anumite culturi. Capacitatea de a decide în beneficiul comun pe criterii raționale nu ar ține cont de nici un specific. Rațiunea este cea care face diferența. Potrivit lui Mouffe, neutralitatea implicării într-un astfel de dialog rămâne un ideal sau, mai bine zis, o condiție utopică. Mai mult decât atât, faptul că actorii sociali ajung la un acord provine dintr-o înțelegere comună a lucrurilor și nu este, în mod necesar, un produs al rațiunii, cum considera Habermas (Mouffe, 1999, p. 749). Acest argument se înscrie pe aceeași linie precum cel precedent. Lumea nu este un dat obiectiv, ci este recompusă de subiecții sociali. Potrivit lui Mouffe, conceptul de spațiu public, așa cum l-a definit Habermas, este specific unei anumite culturi. Totuși, ar trebui evitat un relativism absolut, pentru că este în continuare nevoie de un anumit cadru normativ care să ofere, indiferent de specificul cultural al unei țări, accesul și oportunități egale la discuțiile despre problemele comune.

Un alt argument legat de limitele democrației deliberative așa cum este ea concepută în viziunea lui Habermas îi aparține lui Dahlgren, potrivit căruia noțiunea nu poate fi aplicată la sfera publică din mediul virtual (Dahlgren, 2005, p.155). Autorul susține că discuțiile pe teme politice din *online* ar avea un impact democratic. Internetul este un mediu în care se formează culturi civice la un alt nivel, cu un specific aparte, iar acestea ar contribui la formarea publicurilor. Comunicarea și accesul liber al indivizilor este, până la urmă, o formă de putere.

1.2.3. Accesul la spațiul public

În literatura de specialitate despre sfera publică, o problemă fundamentală este accesul liber și egal al actorilor sociali (Fraser, 1990; 2005; Jenkins & Thorburn, 2004). Pe de o parte, Internetul oferă alte căi de implicare în interacțiunile dintre indivizi, iar problemele de natură civică sau politică sunt aduse în atenția unui număr semnificativ de cetățeni. Mediul *online* ar permite un grad mai mare de participare, iar problema accesibilității este simplificată. Însă, dacă o linie de analiză a spațiului virtual nu consideră că acesta ar avea un impact democratic (Bennett & Entman, 2001; Bimber, 2001; Dahlgren, 2001), alți autori susțin că, în anumite condiții, poate avea o contribuție importantă (Bernal, 2005; Dahlgren, 2005; 2009; Mouffe, 2000; 2005). Pe de altă parte, o a treia viziune consideră că noile media în sine nu sunt nici bune, nici rele, nu contribuie la democratizarea societății, dar este exclusă și neutralitatea lor (Papacharissi, 2009). Până la urmă, agenții sociali sunt cei responsabili de valorizarea noilor tehnologii comunicaționale într-un anumit context. Internetul în sine nu are cum să remedieze insuficiențele sistemului democratic și nu oferă nici o garanție că va fi utilizat în scopuri civice (Dahlgren, 2007). Indivizii sunt cei considerați responsabili de a da valoare tehnologiei și a o folosi pentru a atinge diverse obiective.

O direcție critică aparte este cea feministă care aduce în discuție sfera publică alternativă și *contrapublicuri* (Fraser, 1990; 2005; Freedman, 2006). Acestea din urmă se formează ca reacție la discursurile dominante ce impuneau o anumită viziune asupra lumii și înglobau forme de excluziune socială (publicul feminin, populația de culoare, minoritățile). Este readusă în discuție problema accesului în spațiu public și susținută ideea că anumite grupuri sociale au fost mereu discriminate. Aceste grupuri formează *contrapublicuri* care la rândul lor pot construi o *contrasferă publică*. Acolo unde există publicuri reactive, este posibil să se organizeze și să-și creeze propria rețea de comunicare. Totuși, rămâne de discutat în ce măsură ar putea fi recunoscută și argumentată apariția unei sfere publice de un alt tip.

1.2.4. Rețelelor sociale online și formarea opiniei publice

O alternativă la proiectul lui Habermas o reprezintă noțiunea de *rețea* ca mod în care societatea și toate structurile ei funcționează într-un anumit context societal. Astfel, creșterea gradului de complexitate este dublată de fenomenul de digitalizare, tot mai multe activități cotidiene se desfășoară *online* și există o largă diversitate de fluxuri de comunicare. Rețelele au un rol central în cadrul politicului, al sistemul economic, dar

pătrund și în sfera privatului (Castells, 1996; Friedland, Hove & Rojas, 2006). Practic, fiecare individ este membru mai multor rețele, fapt care implică o regândire a modului în care funcționează întreaga societate, ceea ce are consecințe și asupra fenomenului politic, deciziile publice fiind influențate de fluxurile de informații dintre indivizi.

Rețelele dețin funcția de integrare socială, însă mai important este faptul că au un rol puternic în modelarea semnificațiilor și al întregului proces de comunicare. În științele sociale, conceptul de rețea a fost dezvoltat pentru a înțelege structurile societății. Actorii sociali, atât la nivel individual, cât și al instituțiilor și al organizațiilor de orice tip, formează o serie de legături între ei, un ansamblu relațional și comunicațional (Castells, 1996; 2007; Friedland, Hove & Rojas, 2006; Simmel, 1964). Ulterior, rețelele influențează opinia publică și exercită mai departe o presiune în societate. Lewis A. Friedland, Thomas Hove și Hernando Roja înțeleg prin rețele sociale mai mult decât Internetul, telefoane mobile, mesaje text trimise prin dispozitive electronice sau emailuri. Acestea reprezintă doar forma pe care o ia comunicarea între diverse structuri sau publicuri (Friedland, Hove & Rojas, 2006). Așadar, semnificația conceptului este una mai vastă, pentru că lumea în care trăim devine din ce în ce mai complexă. În viziunea lui Habermas, aceste rețele erau denumite *publicuri*.

Alternativa propusă de Lewis A. Friedland, Thomas Hove și Hernando Roja critică însăși condiția ca media să rămână autonome – adică jurnaliștii să-și producă propriile reglementări și coduri deontologice, iar acestea să nu fie influențate de politic – pentru că acest fapt nu mai este posibil. În urma formării rețelelor, structurile identificate de sociologul german au suferit transformări importante, iar mijloacele de comunicare în masă sunt remodelate la rândul lor sub impactul unor rețele mai mari. Mai pregnant decât orice alt sistem, cel mediatic a suferit modificări și este înglobat într-un ansamblu de conexiuni informaționale globale, această tendință determinând numeroși cercetători să reconsidere formele de putere politică, simbolică și comunicațională (Friedland, Hove & Rojas, 2006). Chiar dacă existența și interdependeța rețelelor sociale nu poate fi tăgăduită, este în continuare nevoie de un model normativ prin care să poată fi evaluat sistemul democratic și eventualele distorsiuni. În plus, marile particularități ale spațiului public se mențin: problema accesului, un anumit repertoriu tematic legat de interesele comune ale actorilor sociali, transparența și publicarea informațiilor (atât timp cât nu afectează siguranța națională).

În concluzie, chiar dacă s-au conturat de-a lungul timpului numeroase direcțiile critice, viziunea lui Habermas despre spațiul public își păstrează în continuare rolul central în analiza și înțelegerea limitelor sistemului

democratic actual, pentru că problemele pe care le lansează, precum accesul liber și echitabil în sfera publică, și-au păstrat importanța și au fost reluate ulterior de către cercetători din alte domenii: studiile de gen (Fraser, 1990; 2005), studiile culturale (Hermes, 2006; Lesnikova, 2011), politici privind sistemul democratic (Mouffe 1999; 2000; Dahlgren, 2005) etc. Criticii au problematizat cât de operațional mai este acest concept în societatea democratică actuală, dar și cât de realistă, ancorată în dovezi istorice și neutră din punct de vedere ideologic a fost perspectiva inițială a lui Habermas, dacă a fost sau nu impregnată de ideologia burgheziei. Fraser, Negt și Kluge (Fraser, 1990; Negt & Kluge, 1993) susțin că au existat mereu forme de excluziune și acestea se vor manifesta în continuare. Nici un model democratic nu urmărește să ajungă la o societate egalitară, ci la una cât mai democratică posibil, în care și publicurile minoritare își fac auzite pozițiile față problemele relevante pentru ele.

Odată cu apariția noilor media, problematica spațiului public devine și mai complexă. Utilizarea acestora determină un proces de reconfigurare a sferei politice, economice și a practicilor de comunicare dintre indivizi. *Online*, discutăm despre un mediu participativ, unde cetățeanul-utilizator este consumatorul informației și coautorul ei (Gulbrandsen & Just, 2011; Murthy, 2011; Hanrahan, 2012). Pe plan socio-politic, politicul și economicul ajung să se întrepătrundă, iar jurnaliștii se confruntă cu numeroase provocări la adresa profesiei lor și a statutului deținut în societate (Kellner, 2000; Kahn & Kellner, 2004). Informațiile oficiale se află în competiție cu numeroase surse alternative, iar Internetul contribuie la această stare de fapt.

Pornind de la acest context politic, social și mediatic, urmărim să investigăm în ce măsură putem discuta despre formarea unui spațiu public *online* și ce relație construiește cu mass-media tradiționale (principalele ziare, reviste, posturi radio și de televiziune care mențin status-quó-ul în societate).

1.3. *Contrapublicurile*

Sfera publică alternativă poate fi înțeleasă ca fiind o formă de complementaritate sau de discurs opozant față de spațiul public tradițional. Numeroase cercetari explică sfera publică alternativă printr-o dimensiune pregnant contestatară. Cu alte cuvinte, poate fi o reacție sau o contrareacție. Dacă este o contrareacție, atunci discutăm despre un spațiu puternic reactiv, grupuri discriminate și discursuri anti-hegemonice produse de acestea. În acest caz, mă refer la o *contrasferă publică* a cărei formare este explicată

și argumentată prin nevoia publicurilor marginalizate de a transmite propriile imagini despre ei și problemele lor, deoarece nu se simt reprezentați prin narațiunile celorlalți. Discursurile dominante sunt purtătoare de forme de excludere. Ca să-și contureze o identitate, cei excluși își creează prin resursele comunicaționale de care dispun, narațiuni relevante pentru ei, pe care le pun în circulație.

Alte concepte complementare cu sfera publică alternativă sunt: *contrapublicurile*, publicurile *subalterne* (Fraser, 1990), publicurile marginalizate (Squires, 2002), spațiu public *online* (o posibilă formă a sferei publice alternative), identitate colectivă și identitate virtuală.

În literatura de specialitate legată de spațiul public alternativ, se conturează două mari linii teoretice:

- de stânga, ca reacție la sfera publică neoliberală (Fraser, 1990; Freedman, 2006; Negt & Kluge, 1993);
- sfera publică așa numită culturală (McGuigan, 2005), introdusă printr-o viziune postmodernă asupra scrierilor lui Habermas.

Un alt mod de a defini spațiul public alternativ este sintagma de *contrasferă publică*, însă ea surprinde numai contrareacția față de neoliberalism și valorile implicite ale acestuia și omite alte variații (exclude de exemplu sfera publică de ordin cultural). În continuare voi folosi conceptul de spațiu public alternativ și voi cuprinde prin această sintagmă și sfera publică așa numită culturală. Așadar, va fi abordat întregul fenomen și nu mă voi limita doar la teoreticienii de stânga care au scris despre *contrasferă publică*.

Poate că o linie teoretică de un alt tip ar fi *spațiul public retoric* (Hauser, 1999) în care dialogurile despre o anumită problemă sunt principalele cauze ale formării sale, nu criterii precum clasa socială a participanților la discuții sau identitatea lor. Normele acestor discursuri sunt derivate din practicile curente și nu sunt considerate ca fiind universal-valabile. Practic, dacă actorii sociali rezonează cu acestea, faptul în sine le va conferi relevanță și legitimitate. Granițele sunt fluide, oricine din afara va putea participa, nu există restricții de acest gen, iar structura dialogurilor este precum un fluviu cu multipli afluenți și ramificații. În plus, participanții din spațiul public retoric trebuie să dovedească toleranță față de opinii contrare sau luări de poziție alternative (Hauser, 1999). Sfera publică retorică este deschisă, fluidă, cu granițe aflate într-un permanent proces de modificare. Actorii sociali au șanse egale de participare la dialog și, atât timp cât au ceva de spus, ei sunt reprezentați ca urmare a propriilor acțiuni.

Această perspectivă se înscrie în viziunea postmodernă asupra spațiului public care relativizează toate condițiile de producere. Totuși, problema accesului rămâne în continuare de importanță majoră. Atât timp cât există forme de excluziune socială, mai putem discuta despre un spațiu public în care orice membru al societății poate participa?

1.3.1. Spațiul public proletar

Una dintre principalele probleme reluate în discuțiile critic-reflexive despre spațiul public se referea la caracterul său incluziv în care nu ar conta statutul social al participantului la dialog (Hauser, 1999; Sahoo, 2006). În același timp, sunt contestate problemele de interes public; în alte cuvinte, ce este relevant sau nu să fie de o anumită importanță socială și cine are dreptul să decidă acest lucru, să stabilească o delimitare clară și unanim acceptată. Drept replică la viziunea lui Habermas, Nancy Fraser aduce în discuție publicurile *subalterne* (Fraser, 1990; 2005), iar Oskar Negt și Alexander Kluge propun reflecții legate de *sfera publică proletară* formată din cetățenii excluși din spațiul public oficial. Aceștia împărtășesc resentimente alimentate de narațiunile semnificative pentru ceilalți.

Potrivit autorilor menționați anterior, actorii sociali excluși antrenează, ca defensivă, prin conversațiile lor o anumită viziune despre lume și un mod de viață specific (Negt & Kluge, 1993; Sahoo, 2006). Sfera publică proletară, de pildă, este impregnată de sentimente puternice generate de o distanță egocentrică și o poziție subiectivă ce exprimă atitudini și convingeri care nu sunt valorificate social (Negt & Kluge, 1993). În acest spațiu, cetățenii sunt critici și conservatori (doresc să-și păstreze poziția, să conserve ce este al lor), ceea ce subliniază tendința lor spre subcultural și nevoia de a se forma ca reacție de rezistență. Ar trebui menționat că spațiul public proletar nu trebuie înțeles ca fiind compus din cei care aparțin unei anumite pături sociale, distincția dintre clase nedeterminând decât o confuzie asupra conceptului. Sfera publică oficială și cea proletară se definesc reciproc, ultima ar trebui înțeleasă în relație cu prima (Negt & Kluge, 1993). În viziunea lui Oskar Negt și Alexander Kluge, spațiul public este definit ca fiind format din grupuri dominante care contribuie la perpetuarea unei viziuni ideologice despre lume și a unei poziții de putere. Interacțiunea și comunicarea le reafirmă statutul. Este menținută doar iluzia accesului liber al tuturor cetățenilor, când, de fapt, discursurile produse perpetuează excluderea anumitor publicuri, de pildă pe cel feminin.

În rândurile precedente, am discutat cum o anumită categorie socială marginalizată poate contribui prin discursurile sale la crearea unei spațiu de comunicare și interacțiune în care să se poată forma opinii în legătură cu temele de interes comun. În acest mod, este construit un discurs opozant, reactiv. În continuare, voi explica situația amintită referindu-mă la publicurile *subalterne* și poziția lor într-un context de putere considerat de acestea ca fiind inechitabil.

Conform lui Nancy Fraser (Asen, 1999; Fraser, 1990; 2005), publicurile *subalterne* sau *contestatare* sunt arene discursive paralele în care membrii grupurilor sociale subordonate celor dominante formează și pun în circulație discursuri opozante, acestea permițându-le să formuleze alte interpretări legate de identitățile, interesele și nevoile lor. Când aduce în discuție grupurile aflate într-o poziție dezavantajată, Fraser se referă la publicul feminin, la muncitori și cei excluși pe criterii de rasă sau pentru că ar aparține minorităților sexuale. Aceste publicuri *subalterne* s-ar forma ca urmare a formelor de excluziune și nu sunt reprezentate prin discursurile din sfera publică oficială. În acest mod, prin practicile comunicaționale folosite de publicurile contestatare, se dezvoltă ulterior un spațiu discursiv lărgit.

Atât timp cât există o poziție de contestare față de ce ar trebui să se discute și cum ar trebui încadrate aspectele relevante (termenii de dialog) pentru viața în comun, o societate democratică nu are decât de câștigat (Fraser, 1990). Astfel, este combătut și contrabalansat un discurs uniform și ideologic din urma căruia ar fi avut de beneficiat doar grupurile dominante, exact cele ce l-au construit și transmis mai departe și care au puterea și accesul la resursele necesare. Totuși, acest model teoretic nu ia în considerare fragmentarea excesivă rezultată din varietatea discursurilor unor publicuri ce urmăresc să-și promoveze propria viziune. În schimb, sistemul democratic este consolidat prin multitudinea și diversitatea vocilor care se fac auzite.

Așa cum am afirmat în rândurile precedente, poziția lui Nancy Fraser critică o anumită concepție despre sfera publică, și anume viziunea despre un spațiu incluziv și egalitar, și respinge modul de definire al problemelor considerate ca fiind de importanță publică. Drept replică la perspectiva teoretică a lui Habermas, Nancy Fraser susține că există date istorice importante care atestă existența unei excluziuni consistente a femeilor și a celor aparținând unor clase sociale subordonate de la ceea ce reprezenta sfera publică *oficială* (a se înțelege în acest context cea dominantă). Cu alte cuvinte, nu ar fi existat niciodată un singur *public* și o singură viziune despre lume. Am putea discuta, în acest context, despre

faptul că mereu a fost o confruntare ce alimenta discuții legate de identități comunicaționale transmise (cine suntem *noi*, cine sunt *ceilalți*, care este poziția noastră în societate). Mai mult decât atât, sunt atacate definițiile legate de ceea ce reprezintă a fi de interes public sau privat. Fraser se întreabă cine pune etichetele sau cine are legitimitate să facă acest lucru și aduce în discuție problema violenței domestice. În acest sens, ea afirmă că femeilor nu le era permis să vorbească în public despre acest subiect pentru că ținea de viața lor în cadrul familiei, în spațiul clar stabilit și bine delimitar. Acest aspect nu făcea decât să mascheze dominația exercitată de bărbați în societate.

Chiar și în absența unei excluderi formale, inegalitățile sociale afectează procesul deliberativ limitând cadrul de dezbatere la membrii grupurilor dominante, adică rasa albă, bărbați cu studii și având un anumit nivel de trai (Fraser, 1990, pp. 63-64). Inegalitățile se perpetuează, iar elitele conducătoare își consolidează poziția.

Potrivit lui Habermas, acea sferă publică dezvoltată în epoca modernă este un ideal ce ar contribui la înțelegerea limitelor actualului sistem democratic și continuă să anime discuții despre cum ar putea fi acesta îmbunătățit. Argumentul lui Fraser contestă conceptul de spațiu public pornind de la acest context istoric și susține că nu ar trebui să fie un ideal de urmat din motiv ce se bazează pe menținerea și perpetuarea unei serii de inegalități sociale, în timp ce susține contrariul, faptul că orice ar putea participa la discuții și își poate aduce contribuția. Ar fi mai degrabă în beneficiul democrației, dacă ar fi luate în calcul toate acele interese, probleme și viziuni care sunt tratate ca fiind inadminisibile și insuficient de relevante pentru dialogul *public*. Mai mult decât atât, Fraser consideră că, în orice formă de societate ce urmărește respectarea principiilor democratice, este preferabil să existe mai multe publicuri cu discursurile lor și practicile de comunicare specifice decât o singură sferă publică *incluzivă* și în care *inegalitățile sociale sunt puse în paranteză*.

1.3.2. Rolul emoțiilor și al comunicării afective

Un concept diferit este propus de către Jim McGuigan care ia în considerare formele artistice și de natură emoțională ale expresivității. Prin acest demers, se urmărește recuperarea noțiunii de sferă publică literară din scrierile lui Habermas și integrarea într-un concept mai larg de spațiu public. În acest sens, informațiile având un caracter public și cele ce țin de domeniul privatului sunt antrenate într-un spațiu de contestare și dispută construit prin moduri de comunicare afective (estetice și de

ordin emoțional). Față de spațiu public oficial, sfera publică de natură culturală funcționează pe o scară diferită de timp și asimilează în mod rapid subiectele de actualitate (McGuigan, 2005). Literatura este înțeleasă ca un alt domeniu estetic în care sunt exprimate ideile, valorile, concepte, probleme sau interesele importante pentru publicul larg. Atât timp cât informațiile circulă, pot reprezenta o forță de presiune socială.

McGuigan nu are neapărat o poziție critică față de Habermas, ci el pornește de la un concept inițial pentru a-i lărgi semnificația. Totuși, el reconsideră în același timp și cultură populară și divertismentul și le atribuie o forță critică importantă, pe aceeași linie cu autori precum Bernal (2005), Hanrahan (2012) și Hermes (2006). Totodată, mass-media își aduc contribuția în acest proces. Habermas își exprima îndoiala în privința posibilității ca mijloacele de comunicare să transforme politicul și sistemul de guvernare într-un mod democratic, de vreme ce funcția lor este delimitată din start la imperative manipulatoare, guvernate de putere și bani (Habermas, 1996; 2006; Kellner, 2000). Sfera publică de ordin cultural din epoca modernității târzii funcționează prin multiple canale și fluxuri ale culturii populare (în televiziune, reviste de modă, romane comerciale), unde sunt incluse și formele de artă și divertisment. Normele curente ale esteticului și reflecțiile individuale exprimate public sunt cele ce mediază felul în care actorii sociali își trăiesc viața cotidiană și imaginarul despre un anumit standard legat de condițiile de trai (McGuigan, 2005).

În concluzie, problema accesului a rămas în continuare una extrem de dezbătută și de criticată. Ar trebui subliniat faptul că Habermas însuși a revenit asupra scrierilor sale și a discutat despre coexistența unor diversități de publicuri. Viziuni diferite permit alte interpretări și introduc ideea că spațiul public ar trebui regândit astfel încât să ofere cetățenilor un potențial transformator și mai multă libertate de exprimare (de pildă să-și definească singuri problemele ce vor ajunge în dezbatere publică, chiar dacă nu sunt de interes comun). În același timp, ar trebui să fie reconsiderat potențialul noilor media și să fie investigat cum se formează o sferă publică în mediul virtual, dar, mai ales, cum devine operațională.

1.3.3. Publicurile marginalizate

Sfera publică alternativă este deseori investigată în corelație cu un alt fenomen denumit *activismul media*. Argumentele folosite cel mai des de către activiști pentru a susține acest fenomen sunt următoarele: mass-media sunt deținute de mari trusturi de presă care doresc să transmită doar anumite imagini despre realitate, așadar sunt *ideologice*, perpetuează un

statut de putere a celor care o dețin deja, iar cetățenii nu sunt reprezentați și nu primesc informații reale, ci doar frânturi și interpretări partizane. Pe aceeași linie de idei, valorile democratice sunt încălcate în mod fragrant, căci publicurile marginalizate nu participă efectiv în spațiul public și doar li se spune că sunt reprezentați. De fapt, grupurile cu acces la resurse își vor urmări propriile interese.

De cele mai multe ori, *activismul media* este legat de o anumită comunitate cu practicile ei comunicaționale specifice, presupune o poziție critică la adresa sistemului capitalist și a formelor de dominare din societate, dar și a unui anumit mod de viață. Sunt dezaprobate corporațiile, consumerismul, globalizarea și conglomeratele media și promovate în schimb tradițiile, specificul local, diversitatea culturală și comportamentele anticonsumeriste (Carroll & Hackett, 2006; Castells, 1997; Harlow & Harp, 2012; Russell, 2005).

Mijloacele de comunicare folosite de către activiști ca să creeze o contrapondere la mass-media oficiale sunt denumite *media alternative* și reprezintă una dintre cele mai importante resurse de formare a spațiului public alternativ. Prin intermediul lor, activiștii își formează o arenă de diseminare a informațiilor, cu o importantă dimensiune critică. Aceast spațiu comunicațional constituie o forță de presiune la adresa statului și a structurilor de putere din societate (Harlow & Harp, 2012). Mai mult decât atât, sunt puse în circulație alte discursuri despre problemele considerate a fi relevante pentru societate și se urmărește influențarea agendei publice. Pentru a putea fi eficiente, *media alternative* ar trebui să pătrundă în mass-media oficiale, căci discursurile produse de activiști se adresează publicului larg. În aceste condiții poate funcționa sfera publică alternativă. Mediul virtual facilitează acțiunile activiștilor deoarece conținutul nu este limitat de timp, spațiu, iar costurile sunt scăzute.

Spațiul public alternativ se dezvoltă în opoziție față de cel hegemonic asociat cu producerea, circulația și reproducerea opiniei publice majoritare (Harlow & Harp, 2012; Milioni, 2009; Susen, 2011). Cei marginalizați ajung să facă parte dintr-un public activ ce-și construiește propria identitate și poate deveni chiar reactiv prin organizarea și promovarea unor acțiuni colective.

Pentru a înțelege mai bine formarea spațiului public alternativ, ar trebui semnalate următoarele evoluții pe plan social:

- multitudinea și diversitatea publicurilor din perioada capitalismului târziu;
- procesul de construire a identităților comunicaționale aparținând activiștilor;

- participarea acestora la acțiuni colective cu obiective imateriale precum pacea mondială sau lupta împotriva sistemului capitalist (Vezi mai multe detalii în capitolul al II-lea).

Aspectele mediatice ale acestui context se referă la: mediatizarea unor subiecte cotidiene care țin mai degrabă de sfera privată și utilizarea noilor media ce oferă un mediu prielnic exprimării libere și o cale de escapadă față de ceea ce înseamnă autoritate tradițională și norme sociale impuse (Castells, 2007; Dahlgren, 2005; 2007; Milioni, 2009). Una dintre trăsăturile distincte ale spațiului public alternativ este rolul său transformator (Milioni, 2009; Warner, 2002). Publicurile sale contribuie la recontextualizarea normelor și a tiparelor existente în societate și actualizează sau se opun puternic standardelor predominante în sfera publică tradițională. O altă trăsătură esențială este reflexivitatea sa și a discursurilor puse în circulație (Bernal, 2005; Riegert & Ramsay, 2003; Warner, 2002). Prin reflexivitate, înțeleg faptul că aceste publicuri produc narațiuni despre ele, rolul lor în lume, valorile, aspirațiile și problemele lor și, mai ales, își construiesc o poziție față de discursurile identitare precedente.

Grupurile subordonate formează relații conflictuale cu structurile de putere dominante, devin conștiente de statutul lor social de subordonați într-un anumit orizont cultural și transmit imagini despre nevoile, obiectivele și strategiile lor (Guobin, 2003; Milioni, 2009; Touraine, 1981). Reflexivitatea le ajută să pună la îndoială standardele, instituțiile, status-quó-ul și să-și formeze propria viziune pe care să o transmită ulterior unui public larg. Nu este acceptat statutul construit de către grupurile dominante și dezvoltă sentimente de nesupunere. Devin active propunând alte definiții pentru problemele întâmpinate.

1.3.4. Mass-media tradiționale și media alternative

În rândurile precedente, am observat legătura dintre activismul media și spațiul public alternativ. O altă noțiune folosită pentru a explica aceste două fenomene sociale este cel de identitate. Din această perspectivă, principalele definiții ale *contrapublicurilor* și ale sferei publice alternative pot fi sintetizate astfel:

- se dezvoltă în jurul conceptului de identitate colectivă sau de grup (Bernal, 2005; Calhoun, 1992; Fraser, 1990; 2005; Kahn & Kellner, 2004; Milioni, 2009; Negt & Kluge, 1993; Robbins, 1993; Russell, 2005);
- explică formarea și evoluția acestor publicuri renunțând la conceptul de identitate (Squires, 2002);

- recurg, mai degrabă, la forme de fragmentare, solidaritate și reciprocitate care-și au rădăcinile în experiența colectivă a celor marginalizați și exploatați (Downey & Felton, 2003).

Un aspect foarte important este faptul că publicurile marginalizate iau naștere și se dezvoltă prin conflict, iar identitățile comunicaționale colective sau de grup pe care le construiesc sunt utile pentru a forma coeziune și sentimentul de apartenență la o comunitate mai mică, dar reprezentativă pentru ele (Bernal, 2005; Hollenbeck & Zinkhan, 2006; Mesch & Levanon; 2003; 2006). De aceea, unele definițiile ale sferei publice alternative ajung până la urmă la a explicita publicurile ca parte activă a unei *subcomunități* (publicurile formează coaliții în numele unor cauze similare cu activiști, organizații etc.). Pentru ca grupurile marginalizate să poată coabita, este nevoie de o comunicare reală între ele și implicarea lor în acțiuni comune. În literatura de specialitate, nu este specificat până la ce punct trebuie să se intersecteze discursurile publicurilor marginalizate, însă conceptul de identitate colectivă le oferă unitate în acțiuni pe plan socio-politic și comunicațional. Astfel, își dezvoltă sentimentul de apartenență la un public aflat într-o poziție dezavantajată, dar care are resursele necesare de a face o schimbare semnificativă.

Alte definiții ale spațiului public alternativ pun accentul pe procesul argumentativ din cadrul său cu scopul de a ajunge la evidențierea și favorizarea anumitor interpretări considerate ca fiind cele corecte (Bernal, 2005). În acest sens, Victoria Bernal susține că publicurile marginalizate contribuie la formarea unui discurs rațional, o arenă a conflictului nonviolent și la un produs plin de creativitate, în acele momente critice în care au de înfruntat un pericol major comun sau se confruntă cu o problemă extrem de importantă. Astfel, spațiu public alternativ recuperează idei și sentimente ce nu pot fi exprimate într-un altă sferă socială. Această viziune pune accent pe democrația deliberativă, dar în același timp reține și factorii de ordin emoțional care fac parte din viața unei comunități. Totodată, este subliniat rolul conflictului în construirea unor legături între diferite publicuri. Mediul virtual ar facilita închegarea acestora, chiar dacă utilizarea lui implică, în același timp, oportunități și riscuri (Bernal, 2005; Castells, 2007). Comunicarea *online* poate întrerupe ritmul unei comunități și pune la îndoială reprezentările colective, însă, în același timp, va oferi altele în loc.

O importantă întrebare de cercetare în această lucrarea este în ce măsură poate fi posibilă formarea unui spațiu public în mediul virtual. Unii cercetători susțin că răspunsul este afirmativ, atât timp cât nu avem în vedere un demers strict habermasian și pornim de la premisa că acest

cadru comunicațional este posibil dacă accesul este deschis, se formează puncte de vedere diferite și observăm mecanisme de mediere. Argumentele raționale nu ar ocupa un rol central în interacțiunile sociale, iar afectele nu pot fi scoase din ecuație (Agnew, 2004; Bernal, 2005). Emoțiile și experiența individuală reprezintă doi factori importanți care influențează deciziile din spațiul public (Hermes, 2006).

Cercetătorii din domeniul comunicării și cel al influențelor mass-media asupra societății consideră că sfera publică virtuală are calitatea de a fi un produs cultural creat și consumat de către propriul public și un spațiu imaginar construit prin intermediul Internetului și fără existență fizică (Agnew, 2004; Bernal, 2005). Actorii sociali implicați capătă o identitate de *enclavă*, aceasta fiind forma lor de rezistență la discursurile dominante, și devin membrii unor comunități dispersate în spațiu, iar pentru ca acțiunile lor să aibă ecou, să capete o anumită rezonanță, semnificațiile sunt create și recreate în mod activ (Bernal, 2005; Russell, 2005). Astfel, produsul cultural rezultat în acest proces este al tuturor participanților și rezonează cu modul lor de viață.

Ceea ce este construit prin rețele sociale între publicuri ajunge să fie extrem de folositor și plin de semnificații pentru membrii lor și intră în opoziție cu structurile de putere pur instrumentale, fără beneficii în viața cotidiană a indivizilor (Castells, 2007). Manuel Castells susține că numeroase cercetări empirice atestă dezvoltarea unui grad de autonomie tot mai mare față de reguli sociale și instituții, pe măsură ce actorii sociali folosesc tot mai des Internetul. Atât timp cât grupurile minoritare capătă vizibilitate și ajung să pună în circulație viziuni diferite față de cele oficiale despre problemele comune, putem accepta un efect de consolidare a democrației. Din contra, dacă un anumit *consens* promovat este benefic doar pentru un public aparte, atunci intervin forme de dominare și monopol asupra resurselor.

Alte definiții ale *contrapublicurilor* și ale sferei publice alternative recurg la procese de fragmentare, solidaritate și reciprocitate care-și au rădăcinile în experiența colectivă a celor marginalizați și exploatați (Downey & Felton, 2003). Prin *contrapublic*, se înțelege un fenomen modern descris ca reacție la sistemul capitalist și discursurile dominante puse în circulație de grupurile ce dețin monopolul. În același timp, comuniunea publicurilor minoritare se dezvoltă prin conflict și negociere și narațiuni semnificative, într-un context mediatic (Downey & Felton, 2003; Russell, 2005). Există niște mecanisme la nivel social ce favorizează formarea *contrapublicurilor*. În același timp, insubordonarea și reinterpretarea narațiunilor semnificative din cadrul unei societăți (de pildă miturile

fondatoare) ajung să aibă implicații politice, deoarece sunt legate de felul în care indivizii apreciază structurile sociale și dețin o anumită viziune comună despre cum trebuie trăită viața în sensul ei larg. Sfera publică alternativă fragmentează și dislocă, însă succesul real al publicurilor constituite precum niște enclave rezidă în capacitatea lor de a depăși acest nivel și de a influența mass-media tradiționale și opinia publică dominantă (Downey & Felton, 2003). Conflictul, dislocarea și negocierea își au rolul lor, însă accesul la spațiul public mediatic va confirma statutul de putere nou creat.

Statutul *contrapublicurilor* și eficiența discursurilor lor depind de: măsura în care recurg la retorică și promit prin mesajele proprii un mod de *comuniune* între membrii și acceptarea unor diferențe și diverse puncte de vedere. Atât timp cât *contrapublicurile* sunt capabile să admită o serie de identități variate, negocierea înlocuiește fragmentarea (Downey & Felton, 2003). Caracterul neomogen al spațiului public este însăși elementul ce reprezintă un avantaj important, pentru că integrarea altor publicuri în componența lui este esențială pentru stabilitate. Un potențial conflict între publicurile marginalizate este, în acest mod, gestionat pe cale pașnică. Insubordonarea rămâne o stare manifestată în principal față de grupurile dominante și narațiunile lor ce instaurează și reinstaurează hegemonia. Totuși, ar trebui evitată o radicalizare a acestei viziuni în care toate publicurile marginalizate trăiesc în armonie și fără stări de conflict, pentru că în realitate este posibil ca unele să aibă o atitudine combativă față de altele, dar totuși să poată coopera când se confruntă cu o problemă comună.

Dacă majoritatea definițiilor despre sfera publică alternativă au recurs la conceptul de identitate colectivă sau de grup, Catherine R. Squires renunță la acest concept. Autoarea propune trei tipuri de publicuri marginalizate, *enclavă*, *contrapublic* și *satelit*, și afirmă că spațiul public are, de fapt, o natură fluidă (Squires, 2002). Pentru a-și susține afirmațiile, Catherine R. Squires explică mai întâi specificul fiecăruia. Când un public își ascunde ideile anti-hegemonice și strategiile cu scopul de a supraviețui și a evita sancțiunile, cu toate că el continuă să producă dezbateri puternice în domeniile sale de interes, atunci se consideră că ia forma unei *enclave*. În stadiul de *satelit*, cei marginalizați caută să se separe de alte grupuri, din motive diferite decât cele ce țin de dominare și opresiune, dar continuă să se implice din când în când în discuții publice pe teme variate (Squires, 2002). Membrilor unei *enclave* sau ai unui *satelit* le lipsește specificul anti-hegemonic și militant al unui *contrapublic*, însă ei dezvoltă practici de supraviețuire și continuitate, fără a accepta pe deplin asimilarea într-un public mai mare. În acest mod, Catherine R. Squires reconsideră publicurile

marginalizate ce nu se încadrează neapărat în categoria de *contrapublic*, însă pot ajunge în acest stadiu în anumite condiții. Astfel, publicurile coexistă și nu suferă un proces continuu de fragmentare, ci doar pot trece dintr-o stare în alta (Squires, 2002; 2007).

Membrii unui *contrapublic* adoptă o retorică a protestului, sunt animați de convingeri puternice, se implică în comunicarea și interacțiunea cu alte publicuri, reclamă formele de dominare existente în societate, contestă spațiul public atent controlat de către stat și se folosesc în mod strategic de către celelalte grupuri marginalizate pentru a le sublinia poziția și interesele (Lesnikova, 2011; Squires, 2002; 2007; Warner, 2002). Față de enclave, care se retrag într-o stare parțial activă pentru a-și conserva resursele și supraviețuirea, *contrapublicurile* mizează pe conflict, revoltă, insubordonare și acțiuni sfidătoare la adresa grupurilor hegemonice. Este adoptată o poziție militantă. Discursul lor trece dincolo de zona de conform și siguranță pentru a se implica într-o luptă în care sunt puse la îndoială viziunile dominante, în același timp fiind promovată o anumită abordare a realității și a problemelor publice (Squires, 2002; Tang & Yang, 2011; Yang, 2003).

Principalele definiții ale *contrapublicurilor* aduc în discuție formarea și interacțiunea dintre publicuri variate ce formează un spațiu public alternativ. În anumite condiții, studiile au demonstrat că Internetul poate fi mai mult decât un spațiu în care diverse grupuri își susțin poziția într-un permanent conflict și fără să existe o formă de mediere între puncte de vedere diferite (Bernal, 2005). Mediul virtual poate fi utilizat într-o diversitate de moduri, căci utilizatorii pot să-l valorifice într-un sens mai mult sau mai puțin democratic (Papacharissi, 2009). În același timp, tehnologia nu este neutră, indivizii răspunzând la discursurile despre noile media (Papacharissi, 2009). Cu alte cuvinte, există o dispoziție socială de alieniere la marile tendințe de utilizare.

Internetul este un mediu propice pentru un *contrapublic* ai cărui membri au o identitate fluidă și cosmopolită – înrădăcinată într-o cultură locală, însă având apartenențe multiple și flexibile – dar și pentru *enclave*. Studiile au demonstrat că printre influențele sale asupra utilizatorilor se enumeră consolidarea practicilor existente de participare politică. Totodată, mediul virtual poate servi ca un spațiu de comunicare alternativ la mass-media tradiționale. Totuși, deficiențele democrației nu vor fi remediate prin procesul de utilizare în sine, impactul noilor media asupra sistemului politic fiind unul modest (Dahlgren, 2007). În schimb, accesul liber permite o multitudine de voci, de identități și agende politice diferite să se formeze în online. Din această perspectivă, există o corelație pozitivă între caracteristicile mediului virtual și oportunitățile lui și formarea *contrapublicurilor*.

Acestea din urmă, vor putea, folosindu-se de mijloacele comunicaționale de care dispus să formeze o *contrasferă publică*. Așa cum am mai discutat în acest subcapitol, media alternative pot funcționa ca un spațiu public alternativ pentru că ele permit medierea între opiniile, problemele, valorile și agendele diferitelor publicuri marginalizate.

1.4. Concluzii

Obiectivul acestui capitol constă în a investiga în ce măsură noile media pot contribui la formarea unui spațiu public virtual și ce relație întreține acesta cu mass-media tradiționale. Înainte de orice demers analitic, am încercat să înțelegem conceptual ce este o sferă publică, pornind de la cele mai importante teorii clasice și ajungând la linii teoretice care propun definiții alternative, cum ar fi: sfera publică proletară, *contrasfera* publică sau perspectiva că sfera publică este formată, de fapt, dintr-o multitudine de sferi. În cele din urmă, argumentăm unde ne plasăm prin acest studiu și din ce perspectivă definim spațiul public.

Având în vedere teoriile sociologice, politologice, antropologice și din domeniul comunicării – abordate în acest capitol – și rezultatele studiilor empirice, susținem că putem atesta formarea unei sfere publice virtuale dacă renunțăm la o perspectivă strict habermasiană asupra conceptului. Prin spațiu public înțelegem un mod de comunicare ce permite formarea unor puncte de vedere diferite despre problemele de interes comun și existența unor mecanisme de mediere între diversele poziții adoptate de cetățeni. În plus, este important să se creeze o forță de presiune la adresa structurilor de putere din societate. Problemele dezbătute într-un spațiu public alternativ ar trebui să pătrundă în mass-media oficiale și să poată crea contextul propice pentru o dezbatere la nivel național. În caz contrar, discutăm doar despre *enclave* fără putere de acțiune și capacitate de a-și aduce subiectele de dezbatere pe agenda publică.

În ceea ce privește relația dintre sfera publică virtuală și mass-media tradiționale, susținem că pot fi observate două situații. În prima, spațiul public virtual se dezvoltă în mod complementar, iar publicurile participante pot prelua puncte de vedere ale jurnaliștilor sau chiar construiesc alianțe cu aceștia, parteneriate strategice formale sau mai puțin formale. În cea de-a doua situație, discutăm despre un climat contestatar. Media alternative se dezvoltă în conflict cu trusturile de presă. Activiștii civici doresc o schimbare pe plan social, politic și mediatic. Nu mai vorbim despre acord, ci de dezacord. În acest caz, publicurile marginalizate devin *contrapublicuri* și organizează proteste.

Spațiul public normativ, așa cum este prezentat în scrierile lui Habermas, nu se poate forma și funcțina *online*, deoarece Internetul înglobează principiile societății de consum și diverse tehnici de marketing (Papacharissi, 2010). Cei care îl folosesc urmăresc de multe ori să obțină profit. Astfel, acest spațiu comunicațional nu pune participarea civică și democratizarea structurilor societății pe primul loc, înaintea obiectivelor comerciale. Deși are o platformă deschisă de comunicare și putem discuta despre accesul liber la dialogul social mediat de mediului virtual, nevoia de a obține profit se menține și este pregnantă (Papacharissi, 2010). În cazul în care sunt create și implementate norme juridice *online* ce permit formarea unei culturi politice democratice, studiile empirice demonstrează că rezultatul obținut este de fapt cel contrar, iar participarea cetățenilor la astfel de inițiative define neatractivă (Papacharissi, 2010; Salter, 2005). Prin urmare, putem discuta despre spațiu public în *online* doar dacă propunem o perpectivă alternativă asupra conceptului. Cu toate acestea, se mențin importante condiții de funcționare, precum: accesul liber și egal al participanților, formarea unor puncte de vedere diferite și a mecanismelor de mediere dintre acestea, invocarea interesului public în dezbaterile dintre internauți și necesitatea ca în urma dialogurilor să se ajungă la formularea unor probleme publice.

II. Mișcările sociale și activismul civic *online*

2.1. Conceptul de mișcare socială

În prima parte acestui capitol, voi defini mai întâi conceptul de mișcare socială prin prisma teoriilor care tratează politicul ca proces, explică apariția lor prin resursele utilizate sau fac referire mai degrabă la un conflict de natură culturală a cărui miză sunt semnificațiile produse de către protestatari. Acestea din urmă sunt articulate pentru a ilustra *noile mișcări sociale* organizate în structuri fluide, flexibile și care evită ierarhia, birocrația și chiar calificarea membrilor componenți (Carroll & Hackett, 2006; Castells, 2007; 2010; Lähdesmäki, 2010; Nash, 2010; Touraine, 1981). Totodată, au o orientare mai accentuată spre societatea civică decât pentru impunea unor măsuri la nivel politic (Nash, 2010).

2.1.1. Despre conflict și schimbări sociale

Teoriile politice despre mișcările sociale urmăresc procesul care a stat la baza formării și evoluție lor și explică faptul că actorii sociali excluși își doresc să aibă libertatea de a-și construi propriile politici. Mișcările sociale sunt definite ca reprezentând o serie de interacțiuni între reprezentanții oficiali și indivizi ce se transpun în poziția celor care iau cuvântul în numele persoanelor marginalizate și cer o redistribuire a puterii, având susținerea actorilor sociali defavorizați (Diani, 1992; Tilly, 1981; 2004). Astfel, aceste fenomene apar când există un grup de cetățeni care consideră că sunt puși într-o poziție dezavantajoasă și își doresc să lupte pentru a accede la resurse de natură politică. Deoarece

împărtășesc o identitate comună, legătura dintre ei se formează pe o bază identitară (Tilly, 2004).

Pe aceeași linie teoretică, mișcările sociale sunt considerate ca fiind acțiuni colective care cuprind un repertoriu al formelor de protest format din crearea de asociații și coaliții, întruniri publice, mitinguri, demonstrații, declarații de presă pentru a capta audiența, toate acestea având menirea de a aduce o schimbare pe plan politic sau social (Tilly, 2004). În timp însă, acest repertoriu a evoluat și s-a diversificat. În funcție de ocazie și obiectivele avute în vedere, protestatarii optează pentru o anumită serie de acțiuni prin care pun în evidență o dispută, poziția lor și tabăra adversă (în cazul de față reprezentanții puterii). Prin conceptul de repertoriu, Tilly (2004) desemnează o combinație de tactici având scopul de a evidenția în mod strategic poziția unor indivizi a căror bunăstare a fost afectată în urma acțiunilor guvernanților sau ale *autorităților* (pot include diverși proprietari, clerici sau alți actori sociali cu factor de decizie). Prin solicitările lor, cetățenii care se consideră defavorizați urmăresc o redistribuire a puterii și, de aceea, pun în scenă demonstrații publice menite să susțină ideea că li se acordă suport popular și este creată o formă de opoziție față de guvernanți. Astfel, mișcările populare urmăresc să afirme suveranitatea poporului (Tilly, 2004).

Charles Tilly observă evoluția mișcărilor sociale în relație cu sistemul politic și actorii sociali care îl formează. Un demers similar îl are și Sidney Tarrow (2011), sociologul ajungând la concluzia că aceste fenomene sociale pot fi definite ca forme de contestație construite colectiv prin intermediul căruia indivizi ce împărtășesc aceleași scopuri se adresează elitelor, opozanților și autorităților în moduri de interacțiune susținute. Așadar, în viziunea acestui autor, un criteriu important însă nu definitoriu este ca activitățile întreprinse de militanți să aibă o anumită durată în timp, cu alte cuvinte să constituie un efort continuu. Însă, cel mai valoros indicator care poate confirma că fenomenul investigat reprezintă o mișcare socială este rețeaua socială *online* care stă la baza formelor de organizare și contestație dezvoltate de către membrii ei (Diani, 1992; Opp, 2009). Prin urmare, durată temporală este tratată de către cercetători ca fiind de o importanță relativă (Snow & Olliver, 1995). Mișcările sociale pot fi de lungă sau de scurtă durată, dar aceste două categorii nu sunt foarte clar delimitate temporal.

Spre deosebire de aborările precedente care tratează acest fenomen în strânsă relație cu climatul politic (Tarrow, 2011; Tilly, 1981; 2004), teoria mobilizării resurselor (Jenkins, 1983; Walsh, 1981; McCarthy & Zald, 1977) dezvoltată în anii '70 explică de ce se implică indivizii în acțiuni

colective ca rezultat al judecății raționale privind propriile lor interese. În acest context, protestatarii sunt considerați persoane înzestrate cu rațiune care cântăresc problema înainte de a lua o decizie și vor să acceadă la resurse precum bani, cunoaștere, informații, legitimitate, suport din partea mass-mediei sau a celor cu putere mai mare de decizie. Din perspectiva teoriei mobilizării resurselor, conceptul de mișcare socială cuprinde opinii și credințe ce se transformă în preferințe pentru a schimba ceva în societate și a urmări redistribuirea bunurilor, cu scopul de a obține o serie de beneficii (McCarthy & Zald, 1977).

Teoriile despre noile mișcări sociale se delimitează de cele anterioare prin faptul că pun accentul pe conflict. Acesta devine tot mai puțin politic și ar reprezenta, de fapt, o expresie a unor probleme universale (Nash, 2010) sau o luptă într-o anumită comunitate pentru controlul social asupra *istoricității* (Touraine, 1981). Discursul produs de către protestatari este impregnat cu expresii artistice și antineoliberale, făcând apel la acțiune, dar în termeni mai degrabă culturali (Lähdesmäki, 2010). Cu alte cuvinte, formele de activism civic și social iau amploare, actorii sociali devenind preocupați mai degrabă de a promova un stil de viață decât de a urmări adoptarea anumitor politici publice.

Abordările constructiviste consideră că noile mișcări sociale ar reprezenta un sistem de acțiuni colective în care o varietate de scopuri, mijloace și forme de solidarizare se întrepătrund într-o manieră mai mult sau mai puțin solidă sau coerentă (Carroll & Hackett, 2006; Melucci, 1996). Astfel, ele sunt înțelese precum un proces continuu, iar unitatea și coerența lor sunt mai degrabă o consecință la care s-a ajuns în timp și nu sunt trăsături definitive. Instabilitatea și structura lor fluidă sunt considerate caracteristici de bază. În acești termeni poate fi explicată și lipsa de ierarhie și de calificare a membrilor componenți. Ceea ce diferențiază abordările constructiviste de pozițiile teoretice precedente este faptul că mișcările sociale sunt considerate un proces în plină evoluție, construit și reconstruit de către actorii participanți. Semnificațiile evenimentelor și ale problemelor societății sunt o construcție comună a indivizilor. Aceștia dau sens și valoare lumii fizice exterioare și vieții sociale.

Fiecare poziție teoretică propune o viziune diferită asupra principalelor concepte discutate în cadrul acestui capitol. Diani (1992) elaborează o sinteză a definițiilor despre mișcările sociale prin prisma celor mai importante teorii din sociologie și științe politice. El ajunge la concluzia că aceste fenomene reprezintă o rețea informală de interacțiuni între o varietate de indivizi, grupuri și/ sau organizații – antrenate într-un conflict politic sau cultural – ce împărtășeșc o identitate colectivă. Apoi,

face o comparație cu alte concepte complementare. Referindu-se la *conflictul social*, Diani (1992) susține că acesta ar putea să apară chiar și în absența unei mișcări sociale. Dacă ne-am raporta la deosebirile fundamentale dintre semnificațiile acestor două concepte, dinstinctiv pentru cel din dintâi este faptul că are o durată mai mare în timp și este rezultatul unei rețele informale mai ample de interacțiuni.

Uneori, mișcările sociale sunt studiate și analizate sub sintagma de *shimbări sociale*. Însă, cercetătorii le delimitează ca fiind obiectivul final pe care îl urmăresc participanții antrenați în diverse manifestații (Diani, 1992). În același timp, pe lângă membrii mișcărilor sociale, sunt interesați de o *schimbare socială* favorabilă și activiștii ce se implică în numeroase proiecte civice și culturale (Castells, 2010; Lähdesmäki, 2013; Yang, 2003; 2006; 2013).

Am delimitat principalul concept utilizat în acest capitol de altele similare din literatura de specialitate, însă rămâne întrebarea cum se diferențiază acesta de proteste și activism civic, dar și cum anumite se suprapun semnificațiile. Potrivit lui Opp (2009), protestul poate fi atât un act individual, cât și de grup. În schimb, cercetătorii din domeniu tratează mișcările sociale ca fenomene sociale colective. În același timp, putem să ne referim la un singur protest, în timp ce repertoriul folosit de către activiști cuprinde o serie de acțiuni cu un caracter contențios, care poate include și proteste. Astfel, mișcările sociale nu sunt singura modalitate prin care indivizii pot să-și manifeste nemulțumirile și să aducă pe agenda publică probleme controversate, ci se manifestă în paralel sau chiar se intersectează cu alte forme de acțiuni colective, uneori violente. Astfel, protestele și campaniile sunt tratate în literatura de specialitate ca fiind incluse în repertoriul lor (McAdam, Tarrow & Tilly, 2001).

O caracteristică valabilă în cazul mișcărilor sociale, dar și în cel al formelor de protest este următoarea: ambele fenomene sociale întrerup ritmul unei comunități (Opp, 2009). Acestă regulă nu se aplică și activismului civic și voi da un exemplu în acest sens. Un proiect având scopul să dezvolte sustenabil o comunitate prin încurajarea, susținerea și promovarea inițiativelor locale poate fi o formă de activism civic și nu implică neapărat întreruperea unui ritm al vieții sociale. În același timp, prin acest proiect nu sunt solicitate anumite revendicări unor autorități sau actori cu factor de decizie considerați ca fiind culpabili pentru nedreptățile suferite de cetățeni. *Ținta* care trebuie sensibilizată pentru a produce o schimbare reală, în cazul activismului civic, poate fi reprezentată și de către simplii cetățeni.

În cazul mișcărilor sociale, protestatarii încearcă să reafirme *suveranitatea poporului* într-o luptă purtată cu guvernanții sau *autoritățile* (Tilly,

2004). Protestul poate urma aceeași logică, însă nu este o condiție necesară. Dacă punem politicul între paranteze, am putea în continuare considera anumite fenomene sociale ca fiind proteste.

Un alt concept complementar este cel de *acțiuni colective*. Prin proteste și participarea la mișcări sociale actorii sociali nu puteau să implementeze schimbarea pe care și-o doreau singuri și trebuia să pună presiune pe o terță parte (adversarul) ca să-i influențeze deciziile. În cazul *acțiunilor colective*, nu este exclus să realizeze ceea ce vor cu forțele proprii (Opp, 2009). Atât protestele, cât și mișcările sociale pot fi considerate *acțiuni colective*, însă semnificațiile conceptelor sunt diferite.

2.1.2. Noi teorii legate de mișcările sociale

În acest subcapitol, vor fi abordate pe scurt principalele structuri teoretice referitoare la modul în care au fost studiate și înțelese mișcările sociale din cursul anilor '50 și până în anii '80. Nu-mi propun o abordare exhaustivă, ci doar marchez niște repere care au rolul de a reliefa evoluția concepțiilor împărtășite de cercetători din sociologie și politologie despre aceste fenomene. Demersul de față este util pentru înțelegerea specificului mișcărilor sociale din prezent.

Cele mai importate concepte și idei despre mișcările sociale din ultimele decenii ar putea fi clasificate astfel (Diani, 1992; Nash, 2010; Opp, 2009; Smith & Fetner, 2010):

1. Teoria comportamentului colectiv (anii '50)

Inițial, mișcările sociale au fost studiate sub sintagma de *comportament colectiv*. Continuând o lungă tradiție de neîncredere și suspiciune față de *gloate*, *mase* și *mulțimi*, studiile clasice au pus accentul pe caracterul irațional al revoltelor, zvonurilor și panicii începând cu Revoluția franceză și culminând cu isteria în masă întreținută de nazism și, apoi, de către cultul personalității lui Stalin (Smelser, 2011; Westd, 2004). Sociologii americani s-au confruntat de multe ori cu aspecte pe care au ajuns să le considere ca fiind mai puțin raționale și au etichetat mișcările ample din stradă într-un mod ce a subliniat sentimentele puternice ale protestatarilor și ideea că rațiunea nu juca în acțiunile lor un rol important (Currie & Skolnick, 1970; Westd, 2004). Practic, factorilor sentimentali li s-a acordat o conotație negativă, ceea ce a denaturat înțelegerea mișcărilor sociale.

2. Teoria privațiunii relative (anii '60)

În următorul deceniu, protestele au fost explicate prin teoria privațiunii relative. Potrivit acestei abordări teoretice, actorii sociali se simt lipsiți

de anumite bunuri materiale și resurse și, de aceea, există o probabilitate mai mare ca ei să se organizeze și să formeze mișcări colective cu scopul de a-și îmbunătăți condițiile de trai (Nash, 2010). Grupurile care suferă din cauza marginalizării și nu au oportunități reale de a-și rezolva problemele – precum studenții, femeile sau minoritățile – se vor orienta spre acțiuni colective. În acest mod, își manifestă nemulțumirile și încearcă să găsească împreună soluții. Această teorie întrebuințează conceptul de *grup marginalizat* pentru a explica mecanismele prin care indivizii se organizează și participă la mișcări sociale. Conceptul va fi folosit în studiile despre fenomene actuale precum activismul civic *online* și influențele mediului virtual asupra noilor mișcări sociale din prezent. Pentru a înțelege ce anume îi unește pe activiști și conferă coerență acțiunilor și viziunilor lor, cercetătorii leagă acest concept de cel de *identitate*.

3. Teoria mobilizării resurselor (anii '70)

Ulterior, sociologii au început să acorde mai mult interes problemelor pe care mișcări sociale le revendicau și au ajuns să respingă ideea că acțiunile *maselor* sau *gloatelor* ar trebui privite ca urmări ale unor disfuncții sociale. Au adus contraargumente concepției că, în cadrul acțiunilor colective, indivizii ar fi animați de o serie de sentimente care le-ar umbri judecata și i-ar face să acționeze irațional. În plus, participarea nu a mai fost interpretată ca fiind o cauză directă a condițiilor structurale dintr-o societate (Nash, 2010). Potrivit teoriei mobilizării resurselor, protestatarii sunt considerați cetățeni responsabili. Ei vor putea examina atent o situație sau o problemă și abia după lua o hotărâre.

Dacă avem în vedere că devotamentul, prietenia și statusul social pot fi considerate la rândul lor *resurse*, atunci este explicabil de ce individul ar dori să adere la acțiunile grupului mai degrabă decât să acționeze de unul singur. Argumentul cel mai invocat pentru a susține acest fapt este că nu există indivizi care trăiesc izolați, ci ei conviețuiesc în cadrul unei comunități și, de aceea, fiecare simte o presiune socială pentru atingerea anumitor țeluri comune (Lubell, 2002; Nash, 2010; Oberschall, 1973). În plus, costurile participării la acțiuni colective sunt pentru ei foarte reduse (Nash, 2010). Așadar, oamenii ar fi mai degrabă tentați să se implice într-o inițiativă de grup decât să urmeze pe cont propriu un demers care ar putea avea, în acest mod, și mai puține sorți de izbândă și le-ar consuma și mai multe resurse (financiare, de timp, sociale). Grupul oferă o serie de avantaje, printre care și o structură, o formă de organizare și un program comun de acțiune.

Sentimentul de comuniune dintre membrii mișcării și solidarizarea acestora sunt idei importante care vor fi preluate în cercetări despre

noile mișcări sociale și mediul virtual. *Online*, activiștii se organizează deseori în comunități virtuale. Printre particularitățile cele mai importante ale acestor comunități se enumeră faptul că sunt fluide și deschise și reușesc să atragă și să integreze noi membrii.

4. Teoria noilor mișcări sociale (anii '80)

În contrast cu premisele liberale care stau la baza studiilor despre mobilizarea resurselor, teoria noilor mișcări sociale este influențată de marxism, de care încearcă să se diferențieze. Cu toate acestea, conflictul își menținâne un rol extrem de important în înțelegerea societății, fiind considerat motorul schimbării sociale (Nash, 2010; Stobbe, 2011). Acolo unde există un grup dominant, vor exista forme de opoziție, iar actorii sociali marginalizați vor urmări să-și susțină valorile și identitatea specifică (Castells, 2010; Eder, 1985). De această dată, contestația culturală este baza luptei simbolice pentru intepretările împărtășite de ambele tabere, cetățenii dorindu-și, mai mult decât orice, libertatea de a decide în numele propriu (Eder, 1985). De aceea, conflictul care animă luptele purtate de membrii noilor mișcări sociale apare, în această etapă de evoluție a societății, în domenii precum producția culturală, integrarea socială și socializarea (Habermas, 1981).

Aceste mișcări sunt considerate ca fiind foarte diferite de cele precedente prin accentul pe care-l pun pe valori imateriale precum pacea mondială sau lupta împotriva sistemului capitalist global. De obicei, deși sunt înrădăcinate într-o cultură locală, practicile lor și alianțele pe care le formează sunt transnaționale, deoarece pentru protestatari cetățenia are o semnificație mai largă și nu se limitează la apartenența la un singur stat (Bernal, 2004; Jenkins & Thorburn, 2003). Astfel de mișcări sunt reprezentate de *gherile* comunicaționale precum Zapatista, de feminism, ecologism și activiștii care militează împotriva unei ordini mondiale (Castells, 2010; Cleaver, 1998).

Idei și concepte importante propuse de această teorie și preluate în investigarea activismului civic *online* și protestelor observate în mediul virtual sunt: grupul dominant și formele de rezistență și de opoziție, valori imateriale, diferitele interpretări ale evenimentelor și problemelor publice etc. Acestea din urmă au fost explicate prin *neînțelegeri provocate intenționat* sau *atenuarea cadrajelor de tip ideologic* astfel încât tot mai mulți indivizi să se simtă reprezentați, să simpatizeze cu ideile și acțiunile activiștilor (Bennett, 2005; della Porta & Tarrow, 2005).

Vom aborda noile mișcări sociale din prezent într-un subcapitol aparte. Până atunci, ne vom referi la activismul civic și, în special, la dimensiunea

lui virtuală pentru a putea diferenția acest fenomen de alte forme similare și, ulterior, a operaționaliza conceptele discutate în analiza protestelor investigate. Clarificarea conceptuală are rolul de a construi baza pe care vor fi adăugate ideile și noțiunile necesare în vederea atingerii obiectivelor capitolului de față: definirea formelor de protest care urmează a fi investigate și posibilitatea de a le include într-un model de acțiuni contestatare.

2.2. Teorii despre activismul civic *online*

Modul în care a fost înțeles activismul civic în științele socio-umane a fost influențat în deosebi de scrierile lui Sidney Tarrow despre mișcările sociale (della Porta & Tarrow, 2005a; 2005b). Din această perspectivă, activismul civic este definit ca fiind efortul unui grup care se organizează în mod voluntar pentru a soluționa probleme ce amenință interesele membrilor săi, în timp ce reprezentanții de bază atrag alte publicuri pe care le implică în construcția unei identități comune (Lähdesmäki, 2013; Sriramesh & Kim, 2009). În același timp, în acest proces activiștii utilizează o serie de resurse comunicaționale pentru a influența anumite persoane cu factor de decizie – uneori chiar prin strategii ce fac recurs la forță sau presiune – să remedieze o situație care îi afectează într-un mod negativ (Brancati, 2013; Rolfe, 2005; Zhang, 2013). Această perspectivă nu face o delimitare clară între activism și mișcări sociale, cele două fenomene fiind considerate foarte apropiate. Protestele de amploare care nu se încadrează în definițiile clasice ale mișcărilor sociale propuse de Charles Tilly și Sidney Tarrow (della Porta & Tarrow, 2005a; Tarrow, 2011; Tilly, 1981; 2004) sunt analizate ca făcând parte din fenomenul activismului (Yang & Calhoun, 2007; Yang, 2006; 2009). Diferența dintre cele două fenomene constă în faptul că activismul civic este tratat uneori separat în literatura de specialitate din motiv ce deține anumite caracteristici aparte, cum ar fi încercarea de a atinge în mod indirect un scop politic (Bennett, 2005).

În lucrarea de față, ne propunem să investigăm activismul în mediul digital pentru a observa particularitățile lui și modul în care se delimitează de procese sociale similare. Vom folosi termenul de *activiști* pentru a ne referi atât la actorii sociali implicați în acest fenomen, cât și la participanții la mișcări sociale.

2.2.1. Activismul cultural, social și politic

Odată cu digitalizarea societății, cercetătorii au început să urmărească impactul noilor media asupra activismului *online*. Au fost delimitate patru

tipuri de *activism online*: cultural, social, politic și naționalist (Yang; 2009). Primul dintre acestea se preocupă de valori, morală, stil de viață și identități, iar cel de-al doilea se concetrează pe probleme precum corupția, mediul înconjurător și drepturile grupurilor aflate în dificultate (Earl & Schussman, 2008; Howard–Spink, 2004; Yang; 2009). Dacă aceste fenomene sociale urmăresc fiecare să obțină și un anumit impact la nivelul politicului, activismul politic *online* se distinge prin valorile sale constitutive distinctive – cum ar fi drepturile omului sau reforme la nivelul statului. În acest caz, accentul este pus pe rezolvarea unor probleme de natură politică, iar existența unei dimensiuni sociale sau culturale rămâne într-un plan secund.

În ceea ce privește ultima categorie menționată, activismul de tip naționalist, acesta se diferențiază prin mobilizarea tacticilor radicale la o scală mai mare și preocuparea de a produce o schimbare considerabilă, în toate planurile vieții sociale ale unei națiuni (Vegh, 2003; Yang; 2009; Yang, 2013). Acest fenomen înglobează elemente reprezentative din cele precedente, cum ar fi existența unei mize culturale sau acțiuni de natură politică. Diferența constă în accentul pe care activiștii îl pun pe națiune și identitate națională (Vegh, 2003).

Cele patru tipuri de activism *online* reflectă răspunsuri strategice ale actorilor sociali față de oportunitățile prezente care le permit sau nu să atingă anumite scopuri în funcție de un context politic, economic și mediatic (McAdam, McCarthy & Zald, 1996; Oberschall, 1999; Voss, 1999; Yang, 2013). O posibilă explicație ce elucidează de ce activismul politic este mai puțin întâlnit ar putea fi faptul că politicul este un domeniu controversat, iar activiștii implicați nu se bucură întotdeauna de susținerea cetățenilor (Yang; 2009). Studiile din domeniu discută despre faptul că aceștia nu au suficientă legitimitate (Vegh, 2003). În plus, dificultățile și constrângerile întâmpinate de cei care contestă direct clasa politică și acțiunile întreprinse de către reprezentanții ei sunt interpretate de către cercetători ca fiind mult mai mari și, de aceea, gradul de atractivitate necesar activiștilor pentru a se implica în acțiuni colective este mai scăzut.

Principala deosebire dintre activismul civic și cel politic este accentul pe care primul fenomen îl pune pe comunitate (Gurak & Logie, 2003). Activiștii implicați se organizează în structuri nonpolitice, orientate mai degrabă spre societatea înțeleasă în sensul de comuniune între membrii ei. În acest context, comunitatea este un concept fundamental pentru înțelegerea activismului civic (Jones, 2006; Russell, 2005). Potrivit lui Yang (2009), comunitățile online sunt o formă importantă de asociere civică. Multe dintre ele sunt în mod predominant un spațiu de socializare, relaxare

și distracție. Anonimatul le permite cetățenilor să se exprime mai liber decât o fac în mod normal. În funcție de specificul politic și cultural al unei țări, comunitățile virtuale pot îndeplini diverse funcții și uneori dezvoltă o natură ludică folosită ca răspuns de opoziție față de climatul politic (Gauntlett, 2000; McAllister, Sewell & Gordon, 2001; Riegert & Ramsay, 2012; Yang, 2009). Totuși, este important de precizat că activismul civic nu se referă în mod direct la acțiuni de natură politică, pentru că nu lumea nu este interpretată și înțeleasă în termeni politici (Yang & Calhoun, 2007; Yang, 2009). Activiștii acționează din dorința de a schimba o *nedreptate*, lupta lor fiind susținută prin convingerea fermă că schimbarea este posibilă, iar contribuția lor va avea un impact favorabil într-o perioadă de timp indefinită (Bogre, 2012). Chiar dacă de multe ori nu întrevăd nici un rezultat, continuă să se implice mai degrabă în numele unei promisiuni că obiectivele lor vor fi atinse.

Scopul activiștilor este conștientizarea problemelor reale pe care le întâmpină o comunitate și, în acest sens, urmăresc să atragă atenția asupra gravității lor și a urgenței de a acționa (Ghonim, 2012; Yang, 2013). Pentru că îi determină pe indivizi să învețe ceva important care le-ar îmbunătăți viața în comun și i-ar ajuta să trăiască în respect față de ceilalți, străduințele actorilor sociali implicați sunt de natură moralizatoare (Bogre, 2012). În acestă manieră poate fi explicată implicarea și motivația activiștilor civici de a iniția proiecte menite să producă o schimbare socială.

2.2.2. Mobilizare și coeziune

Cercetări din domeniul sociologiei, psihologiei sociale, științelor comunicării și antropologiei au studiat ceea ce îi ține uniți pe activiști și le conferă continuitate și consens în acțiunile lor (Checker & Fishman, 2004; Klandermans, 1997; Yang, 2008; 2009; 2013). Unul dintre cei mai importanți factori care facilitează acest proces este cultura, aceasta ajungând să dețină un rol crucial pentru activismul civic, dar și pentru cel cultural, fiind folosită pe termen lung ca o forță ce asigură solidaritatea membrilor și rezistența grupării (Yang, 2009; 2013). Prin intermediul ei sunt exprimate valori individuale sau de grup, păreri și sentimente și sunt răspândite informații politice și ideologice. Cultura creează sentimentul de apartență și construiește o identitate comună, împărtășită de către toți membrii unei comunități (Checker & Fishman, 2004; Lähdesmäki, 2013).

Pentru a înțelege modul în care activiștii se organizează și ajung să constituie o forță de presiune astfel încât să poată influența agenda publică,

studiile despre activismul online fac referire la conceptul de rețea (Castells, 2007; Harlow & Harp, 2012; Russell, 2005; Tang & Yang, 2011; Yang, 2003; 2006). Rețelele interpersonale din *offline* și cele virtuale sunt considerate structuri ce pot facilita organizarea, comunicarea și mobilizarea membrilor componenți. Astfel, ei acționează pentru a-și spori influența și a-și atinge obiectivele. Puterea lor este amplificată prin Internet. Sunt formate din indivizi, grupuri mai puțin formare sau chiar anumite organizații. Cu cât își formează mai multe legături cu alte structuri sau formațiuni similare și se aliază, cu atât devin mai puternice și dețin mai multe resurse pentru a-și atinge obiectivele (Boyd, 2010; Yang, 2006). Comuniunea este factorul care întărește rețeaua dintre membrii componenți. De multe ori, aceste forme de organizare create de către activiști au un rol central ce le permite să acceadă la putere, dar sunt în același timp importante în construirea unei forțe de rezistență (Castells, 2007; 2009; Vegh, 2003; Yang, 2006).

Rețele interpersonale extrem de flexibile stau la baza protestelor transnaționale, fenomene ce nu se mai încadrează în definițiile clasice ale mișcărilor sociale. Flexibilitatea prin care se face trecerea de la o problemă la alta sau este schimbat publicul-țintă i-a determinat pe cercetători să reevalueze critic unitatea formelor de organizare folosite de către activiști și statutul lor de membrii ai unei mișcări (Bennett, 2005). Există îndoieli legate de faptul că aceste rețele ce permit apartenențe multiple și identități flexibile (della Porta, 2005) și sunt concentrate pe rezolvarea unor aspecte foarte diferite între ele pot sta la baza unui tip de angajament necesar astfel încât să se poată produce o schimbare reală. Totodată, este reconsiderată relație care ar putea fi construită cu publicul-țintă astfel încât activiștii să fie credibili pe un termen mai lung de timp și, în acest mod, să-l poată influența. Dacă acest fapt nu se întâmplă, atunci putem discuta doar de o rețea de invidivizi ce împărtășesc poziții disidente și nu de o mișcare socială (Bennett, 2005). Totuși, capacitatea acestor activiști de a-și atinge obiectivele este susținută prin utilizarea noilor media care permit ca informațiile să ajungă direct la individ, ne mai fiind nevoie de medierea jurnaliștilor. Astfel sunt atinse obiectivele urmărite de către activiști și este posibilă producerea unor schimbări reale în multiple domenii ale societății. În acest proces, interacțiunea din mediul virtual formează un continuum comunicațional cu relațiile din *offline*, iar, în anumite cazuri, relațiile interpersonale și nu mass-media devin principala sursă de informare pentru cetățeni (Bennett, 2005). Acesta este modul prin care este explicat activismul *online* și schimbările produse la nivelul comunității.

Legat de contribuţia noilor media în acest proces, studiile realizate în spaţiul anglo-saxon susţin, prin dovezi empirice, faptul că utilizarea tehnologiilor comunicaţionale de ultimă generaţie şi reducerea timpului de expunere la informaţii din mass-media tradiţionale facilitează în mod considerabil creşterea încrederii cetăţenilor în organizaţii ale activiştilor şi sporeşte participarea la proteste, naţionale sau transnaţionale (Bennett, 2005; Castells, 2009; Gerbaudo, 2012; Gurak & Logie, 2003; Segerberg & Bennett, 2011). Cu alte cuvinte, creşte numărul de participanţi în acţiuni care au loc atât în *offline*, cât şi *online*. Cu timpul, activismul din mediul virtual se materializează în afara reţelelor digitale, căci între real şi tot ceea ce este creat cu ajutorul Internetului graniţele se estompează din ce în ce mai mult (Ito & all, 2008; Maiba, 2005). Actorii sociali ajung să nu mai perceapă *online*-ul şi *offline*-ul separat, ci integral, ca un continuum.

Noile media contribuie şi la scăderea legitimităţii clasei politice. În acelaşi timp, imaginea protestatarilor devine pozitivă în opinia publică (Castells, 2010; Vegh, 2003). Cetăţenii ajung să adere la organizaţiile formate de către activişti şi să înţeleagă identităţile construite de către aceştia. Astfel, imaginile pe care militanţii le construiesc despre ei şi problemele lor ajung să fie împărtăşite şi de către ceilalţi. Eficienţa acţiunilor militanţilor este explicată prin faptul că reuşesc să-şi facă auzite mesajele prin simplii cetăţeni, fără a mai fi nevoie de medierea jurnaliştilor. Îşi ating direct publicul-ţintă, în lipsa accesului în spaţiul mediatic tradiţional a cărui legitimitate, din punct de vedere al cetăţenilor, este în scădere.

De vreme ce mass-media tradiţionale sunt folosite de către actori sociale care urmăresc să-şi promoveze interesele, iar aceste sunt de multe ori în contradicţie cu dorinţele şi nevoile cetăţeanului obişnuit, activiştii folosesc mediul online ca o resursă de informare şi pentru a contrabalansa discursul celorlalţi. Informaţiile sunt furnizate de către jurnalişti independenţi sau simplii cetăţeni preocupaţi de evenimente nerelatate în media sau având doar o interpretare părtinitoare. Din dorinţa de a oferi valorea corectă, aceşti indivizi creează o alternativă la media tradiţionale. Internetul face posibil acest fenomen, uneori chiar amplificându-l, creându-i un mediu propice pentru a se dezvolta (Vegh, 2003). În literatura de specialitate, acest subiect este tratat prin conceptul de activism media (Carroll & Hackett, 2006; Harlow & Harp, 2012; Kellner & Kim, 2010; Meikle, 2002).

Activiştii distribuie informaţia prin site-uri Web, reţele sociale, *blog*-uri, Youtube, direct prin email-uri şi alte resurse informaţionale valabile *online*, iar cetăţenii au acces la ea indiferent de locul în care se află sau ora din zi. Fiind expusi la un anumit tip de critică din partea celor care se ocupă de furnizarea informaţiilor sau primind chiar ştiri contradictorii din mai

multe surse, receptorii își dezvoltă o anumită raportare față de media tradiționale. Ajung să se îndoiască mai mult, să simtă nevoia să cerceteze singuri, să caute surse alternative de informare și să se gândească la interesele din spatele marilor corporații sau la cele alte elitelor politice (Vegh, 2003). Practic, cetățenii devin mai critici și mai puțin dispuși să accepte diverse influențe exterioare, ceea ce îi face să acorde mai mult interes proiectelor activiștilor. Unii cercetători ce investighează activismul online consideră că inițiativele civice ale activiștilor contribuie la democratizarea societății prin faptul că schimbă balansul de putere. În plus, este cultivată o viziunea mai detașată față de media tradiționale (Bennett, 2005).

Discutând despre ce-i determină pe indivizi efectiv să participe la mișcări sociale sau la acțiuni care pot fi încadrate ca aparținând activismului civic, Klandermans (1997) explică faptul că simpla adeziune nu garantează participarea. Înainte să devină activiști, actorii sociali parcurg patru trepte, iar procesul în sine poate fi reprezentat printr-o pâlnie. La fiecare nivel există indivizi care rămân pe afară și, astfel, cei care vor participa devin tot mai puțini. Din punctul de vedere al organizatorului, aceste patru trepte sunt: crearea potențialului de mobilizare, formarea și activarea rețelelor de recrutare, stimularea motivației de a participa și îndepărtarea barierelor de participare. Ca să ia parte efectiv la proteste, individul trebuie: să fie inclus în publicul-țintă pe care organizatorii doresc să o mobilizeze, să primească și să răspundă la mesaje mobilizatoare, să devină motivat să se implice activ și, în cele din urmă, să depășească barierele și să treacă la acțiune (Klandermans; 1997). Este nevoie ca toate aceste condiții să fie îndeplinite, astfel încât simpatia față de o anumită cauză să se transforme în fapte.

În concluzie, noile media facilitează distribuirea informațiilor prin rețele interpersonale în beneficiul unor indivizi care se confruntă cu o problemă comună și nu se simt reprezentați prin acțiunile actorilor politici sau nu se regăsesc în imaginile promovate prin mass-media tradiționale. În primul rând, folosind resurse de comunicare alternative cetățenii își transmit idei, sentimente, perspective sau viziuni ce nu pot fi exprimate prin alte canale de informare. În al doilea rând, prin intermediul conținutului publicat în mediul virtual și practicile de dezbatere care se formează este creat un *forum* discuții despre ceea ce nu merge bine sau contravine valorilor democratice (Vegh, 2003). Studierea mecanismelor de dezbatere oferă indicii în legătură cu spațiul comunicațional generat prin intermediul rețelei sociale Facebook. Investigând aceste mecanisme, pot observa în ce măsură am putea discuta despre formarea unui spațiu

public *online*. În contextul socio-tehnologic din societatea actuală (individul devine centrul multiplelor rețele interpersonale și primește prin intermediul lor numeroase informații, scade încrederea în jurnaliști, în timp ce actorii sociali se informează tot mai mult utilizând rețele sociale), practicile de dezbatere se reconfigurează.

În același timp, climatul socio-politic (actorii politici se confruntă cu o legitimitate tot mai mică, scade participarea la vot și numărul cetățenilor interesați de politică etc.) și folositea noilor media de către un număr tot mai mare de cetățeni determină o recontextualizare a mișcărilor sociale. Astfel, acestea ajung să fie impregnate de noi particularități comunicaționale, organizaționale și de mobilizare. În același timp, pot fi observate noi mecanisme de vizibilitate a problemelor publice și a identităților construite de către protestatarii. La rândul lui, activismul civic dobândește valențe noi, cum ar fi dimensiunea lui transnațională și faptul că o cauză locală stabilește multiple conexiuni cu alta, dintr-o țară diferită și cu o cultură specifică. Utilizarea Internetului nu creează doar o fragmentare a publicurilor, ci, în multiple cazuri, le solidarizează. Noile media contribuie la construcția unei identități comune flexibile, precum și a unor direcții comune de acțiune.

Prin tehnologii comunicaționale de ultimă generație, activiștii produc o altă dinamică în organizarea, coordonarea și extinderea protestelor la o scară largă, în timp ce rețelele lor de apartenență se influențează reciproc și conlucrează (Bennett, 2005). Astfel, sunt utilizate în mod eficient resursele comune pentra a comunica și menține relații cu multiple publicuri. În acest context, apare întrebarea dacă grupările de activiști investigate în cadrul empiric al acestei lucrări formează sau nu mișcări sociale. Problema devine dacă protestele din Piața Universității din ianuarie-februarie 2012 și cele împotriva proiectului minier de la Roșia Montană pot fi considerate mișcări sociale cu forme noi de contextualizare sau se încadrează mai degrabă în acțiuni specifice activismului civic din mediul virtual.

Pentru a înțelege mai bine caracteristicile emergente ale acestor două forme de protest, am să aduc mai întâi în discuție repertoriul acțiunilor folosite în *online*. Paginile de Facebook investigate au adoptat în mare parte tacticile la care voi face referire în subcapitolul următor, iar o posibilă explicație a acestui fapt ar fi multiplele conexiuni și alianțe formate cu alte grupuri de activiști sau adeziunea la cauze aparținând altor mișcări sociale din lume.

2.3. Repertoriul acțiunilor de protest online

Tacticile folosite de către activiștii din Europa, Asia și Africa pentru a protesta sunt influențate puternic de către cele utilizate în societatea occidentală, însă sunt adaptate în funcție de specificul fiecărei țări în parte. Variabilele care au un impact considerabil în acest proces sunt cultura și cultura politică (Markham, 2014; Tang & Yang, 2011; Tilly, 1986; Yang, 2013). Noi produse culturale apar ca răspuns la anumite condiții sociale și politice, în urma acțiunilor indivizilor. Felul în care actorii sociali folosesc mediul *online* poate fi considerat un produs al unei anumite culturi prin intermediul căruia sunt satisfăcute alte nevoi, apărute ca urmare a unor noi factori de natură socială.

Modul în care este folosit un anumit canal de comunicare este puternic modelat de un flux de semnificații și valori aparținând unei anumite culturi. Nu discutăm despre canalul în sine ca un dat, ci mai degrabă despre funcția socială atribuită lui de către actorii sociali. Există o anumită dinamică a puterii în spatele modelării unei canal de comunicare ce va ajunge să fie înțeles și folosit ca produs cultural (Yang, 2013). Prin această sintagmă mă refer la înglobarea televizorului sau a Internetului într-o anumită cultură care îi va atribui un anumit specific. Mediul de comunicare va fi integrat, asimilat. Discutăm despre adaptarea la un anumit climat cultural.

În același timp, tot acest proces nu poate fi înțeles dacă nu sunt luate în calcul și condițiile de viață ale omului modern (Raymond, 1958; Yang, 2013). Acesta răspunde la provocările tipului de societate în care trăiește, însă, totodată, își asumă un rol activ și, prin acțiunile lui, alege ceea ce vrea să facă. În anumite condiții, își asigură dreptul de a contesta (Earl & Schussman, 2008). Respinge un anumit statut de putere și astfel, devine el cel care accede la o poziție de putere (Denning, 2001; Gerbaudo, 2012; Ghonim, 2012).

Există un alt mod de a înțelege apariția și evoluția formelor de protest. Felul în care statul a răspuns la nemulțumirile cetățenilor a avut de-a lungul istoriei un impact considerabil asupra repertoriului folosit de către activiști (Markoff, 1996; Zhang, 2013). Autoritățile reacționează în diverse moduri față de acțiuni ce au un caracter contestatar, iar anumite practici sunt considerate ca fiind fie mai puțin *dăunătoare* societății, fie *morale* în comparație cu altele (Yang, 2013). Cultura unei anumite țări și cultura politică au un rol decisiv în a stabili care sunt formele de protest *acceptate*. De exemplu, în China sunt tolerate manifestațiile opozante ale fermierilor și ale muncitorilor, deoarece, din punct de vedere

istoric, climatul politic le oferă o anumită legitimitate, iar politicienii nu se simt direct amenințați. Astfel de acțiuni nu au fost considerate *periculoase* de către elitele politice (Yang, 2013). În funcție de specificul fiecărei țări, putem vorbi despre un anumit nivel de acceptare sau de respingere al protestelor. Uneori protestatarii aderă la acest standard dacă vor să-și asume riscuri mai mici sau își doresc să nu conteste în mod direct reprezentanții statului (Mercea, 2012).

Online, acțiunile de protest iau forme verbale sau nonverbale. Din prima categorie fac parte: semnarea de petiții, așa numitele scrisori deschise, încărcarea unor afișe pe diverse platforme de comunicare, punerea în circulație a unor pliante și manifeste, publicarea editorialelor în ziare sau reviste, folosirea sloganelor, discursuri publice, dezbateri și exprimarea suportului moral. A doua categorie include: mitinguri, demonstrații, ocuparea anumitor spații, *linking up* (consolidarea solidarității și mobilizarea, de exemplu când studenții chinezi se duc în alte orașe pentru a-și uni forțele cu alți cetățeni care le susțin cauza), *blocade* (întreruperea accesului la anumite resurse de comunicare *online*, cum ar fi site-uri, motoare de căutare, blog-uri sau rețele sociale) și greva foamei (Denning, 2001; Rolfe, 2005; Russell, 2014; Wray, 1999; Yang, 2008; 2013). Tot aici putem menționa și *gripes sites* create pentru a colecta nemulțumirile clienților și a le trimite apoi companiilor (Hattotuwa & Tyler, 2005), atacurile cibernetice și virusurile produse special pentru a provoca daune într-un anumit sistem informatic (Denning, 2001; Levesque, 2006).

Anumiți cercetători consideră că întregul repertoriu al formelor de protest s-a dezvoltat din tactici folosite în decursul ultimului secol. Acestea au ajuns să capete o dimensiune virtuală pe măsură ce activiștii au început să opereze tot mai mult *online* (Meike; 2002). Pe de altă parte, alte cercetări empirice susțin că există tactici fără precedent istoric, fiind specifice societății informaționale (Dominguez, 2002; Rolfe, 2005). Acestea au fost dezvoltate de la zero ca să facă față unor noi provocări și nu au un corespondent în *offline*.

Acțiunile *online* cu un caracter ofensiv pot fi încadrate în următoarele categorii (Vegh, 2003):

- atacuri virtuale;
- campanii susținute (sunt coordonate, se extind pe o perioadă de timp mai amplă și fac parte dintr-un conflict bine identificat și aflat în plină desfășurare);
- *cyberwar* (o serie de acțiuni ofensive și defensive aparținând ambelor tabere implicate în dispută).

Din aceeași serie de tactici fac parte: *hackerii* (practică atacurile *online* uneori la limita legii), distrugerea site-urilor Web și întreruperea serverelor (astfel de acțiuni pot fi numite și *blocade*), crearea de pagini Web parodice (au un nume de domeniu similar, dar urmăresc să critice și să atace o pagina față de care se dezvoltă ca replică) etc. Forme de protest mai puțin ofensive sunt: *cybergrafitti* (schimbarea temporară a primei pagini virtuale aparținând site-ului unei companii sau organizații, fapt ce poate fi înțeles ca ocupare simbolică a stabilimentului unei puteri dominante), marșuri virtuale, transmiterea prin Internet sub diverse forme a unor mesaje adresate șefilor de stat ș.a.m.d. (Vegh, 2003).

Yang (2013) propune o clasificare a formelor de protest în *genuri*. Putem înțelege termenul prin raportarea la felul în care este folosit în literatură. Genuri de protest cu tradiție pentru o țară precum China sunt scrisorile-petiții și poemele, pe când discursurile publice și manifestele sunt împrumutate din cultura occidentală. Manifestul este o formă de protest revoluționară, inspirată din scrierile lui Karl Marx. Dacă ne raportăm la cultura română, manifestul nu este un gen cu tradiție în societate, ci este importat din Europa de vest. În contextul manifestărilor din Piața Universității în ianuarie-februarie 2012, o parte dintre protestatari l-au folosit la rândul lor, însă ar trebui menționat că nu toți cetățenii adunați în stradă au fost de acord cu acest mod de a protesta și nici nu împărtășeau toți o viziunea de stânga asupra politicului. Manifestul produs și încărcat pe rețeaua socială *online* Facebook în circumstanțele anterior menționate poate fi obsevat în atașamentul nr. 1.

Genurile de protest din mediul digital pot fi clasificate astfel: cu tradiție și recent apărute. Ambele categorii tind să fie stabile în timp. Cu alte cuvinte, acestea nu suferă mari transformări, evoluează încet și în acord cu o anumită cultură (Tarrow, 1995; Yang, 2013). Modificări sau extensii în cadrul unui gen sunt mult mai des întâlnite decât construcția de la zero a altuia. Înainte de apariția Internetului, puteau fi observate următoarele tipuri, cu mențiunea că nu voi face o în rândurile următoare o inventariere exhaustivă (Costanza-Chock, 2003; Tarrow, 1995; Tilly, 2003; Yang, 2013):

- glume, bancuri și întâmplări hazlii;
- sloganuri;
- versuri;
- declarații și discursuri publice;
- cântece;
- caricaturi și desene animate;
- parodii, fabule și texte cu un conținut satiric;

Atașamentul nr. 1



- jurăminte;
- blesteme;
- muzică grotească dată la un volum ridicat (o formă de umilire publică pentru indivizi care au încălcat și au nesocotit regulile unei comunități, molestându-i pe membrii acesteia);
- baricade și blocarea unor puncte importante ale orașului (de pildă universități de renume);
- conferințe despre teme de interes pentru protestatari;
- un limbaj nonverbal conținând gesturi sau diverse sunete, folosit pentru a sfida autoritățile.

Toate aceste genuri au fost preluate, adaptate sau au suferit o digitalizare pentru a putea fi folosite în activismul *online*, dar, în același timp, pot fi observate unele noi, precum *blog*-urile, videoclipurile ce folosesc

tehnici de ultimă generație (precum cele *Flash*) și *chat*-urile sincronizate (Yang, 2013). În cazul acestora din urmă, utilizatorii trebuie să fie conectați la Internet în același timp ca să poată purta un dialog. Videoclipurile *Flash* sunt create cu *soft*-ul *Adobe Shockwave Flash* și sunt suficient de reduse ca dimensiune ca să poată fi încărcare și vizualizate printr-un serviciu bazic de Internet. Au anumite efecte vizuale foarte atractive care au atras o serie de activiști cu dorință de a-și folosi creativitatea în scopul de a promova anumite cauze; de pildă internauții cu înclinații artistice au făcut filmulețele de promovare pentru proiecte feministe sau ecologiste (Yang, 2013). Popularitatea acestui gen de protest îl face să tot mai răspândit la nivel global. În același timp, crește impactul deținut de mesajele transmise prin intermediul lui, pentru că sunt atrăgătoare și prind repede la public. Videoclipurile *Flash* au la bază un mix de diverse genuri și efecte audio-vizuale. În același timp, sunt deseori folosite imagini familiare cu o retorică potrivită, pentru a crea o poveste cu trimiteri la probleme din viața de zi cu zi a cetățenilor. Pe lângă faptul că aceste videoclipuri conțin momente pline de umor, sunt impregnate și cu o doză de sarcasm ușor de înțeles de către membrii unei comunități (Xiao, 2013; Yang, 2013). De aceea, sunt preluate de către internauți și trimise mai departe prin rețelele lor interpersonale.

Imaginile și fotografiile digitale ar putea fi considerate un alt gen nou de protest, fiind un mijloc foarte apreciat de exprimare, iar conținutul lor este reținut un termen îndelungat în memoria cetățenilor (Yang, 2013). Precum caricaturile politice, în *online* imaginile fotografice și graffiti sunt tot mai utilizate și îndrăgite de către activiști sau simplii cetățeni, datorită ușurinței de a le produce și de a le înțelege, dar și prin faptul că reușesc să transmită emoții puternice publicului (Bogre, 2012; Ghonim, 2012; Yang, 2013).

Un al gen cu impact puternic la nivel emoțional este versul (Yang, 2003). Acesta reprezintă un mijloc foarte eficient de a transmite mesaje în termen scurt către un public foarte vast și circulă prin limbaj oral, conținutul lui fiind ușor de reținut. Ca gen de protest, versul îi determină pe indivizi să se implice emoțional în relatarea anumitor evenimente, ceea ce ar putea facilita atragerea simpatiei pentru o anumită cauză sau mișcare.

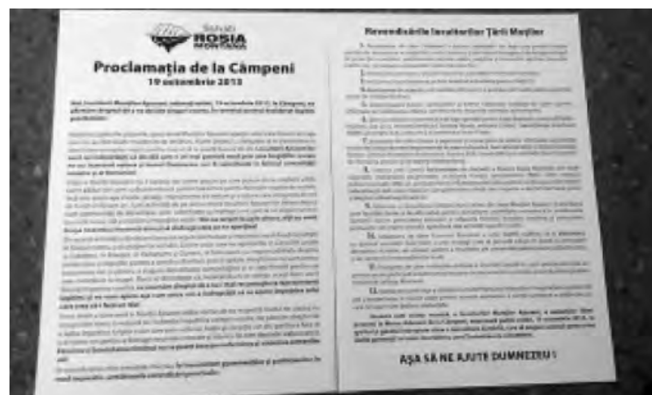
În continuare, voi prelua categoriile propuse de Yang (2013) și voi clasifica formele de protest discutate în acest capitol. În plus, vor fi adăugate și cele observate în conținutul celor trei pagini de Facebook investigate în studiul de caz al acestei lucrări, cu mențiunea că nu-mi propun o clasificare exhaustivă.

Genuri de protest	
Cu tradiţie	**Nou-apărute datorită Internetului**
Glume şi bancuri	Blog-uri
Fabule	Videoclipuri *Flash*
Caricaturi	Imagini digitale
Parodii	Serviciile de chat
Petiţii	*Cybergrafitti*
Proclamaţia (exemple: Proclamaţia de la Islaz, Proclamaţia de la Timişoara, Proclamaţia de la Câmpeni din octombrie 2013 – mai multe detalii în ataşamentul nr. 2)	*Pic Badges* (insignă care se adaugă fotografiei de profil a utilizatorului)
Scrisoarea deschisă	Crearea unor pagini pe Wikipedia, ca alternativă la varianta oficială Âa-supra protestelor

Genuri de protest	
Discursive	**Nondiscursive**
Controverse pe forumuri	Fotografiile sugestive
Versul	Videoclipuri pe YouTube
Petiţii *online* (mai multe detalii în ataşamentul nr. 3)	*Cybergrafitti*
Trimiterea unor mesaje scurte prin intermediul telefonului mobil	Manifestări creative
Blog-urile	Utilizarea unor genuri muzicale mai puţin comerciale
Manifestul	Folosirea unor elemente simbolice (de exemplu lupul dacic)

Atașamentul nr. 2

Proclamația de la Câmpeni – 19 octombrie 2013



2013-10-19 14:15:00

Noi, locuitorii Munților Apuseni, adunați astăzi, 19 octombrie 2013, la Câmpeni, ne afirmăm dreptul de a ne decide singuri soarta. În temeiul acestui deziderat legitim proclamăm:

Pământul, pădurile, pășunile, apa și aerul Munților Apuseni aparțin celor care locuim aici, așa cum ne-au fost lăsate moștenire de străbuni. Avem dreptul și obligația să le transmitem în bună stare urmașilor noștri, pentru ca și ei să se poată bucura de ele. Locuitorii Apusenilor sunt cei îndreptățiți să decidă care e cel mai potrivit mod prin care bogățiile cu care ne-au înzestrat natura și bunul Dumnezeu vor fi valorificate în folosul comunității noastre și al României! [...][1]

Pe lângă acțiunile de protest menționate până acum în acest capitol, activismul civic *online* poate include în repertoriul lui și *lobby* și *advocacy*. În primul caz, activiștii vor urmări să se adreseze direct politicienilor pentru a-i convinge să susțină sau să se opună unui anumite chestiuni ori măsuri legislative. Organizațiile nonprofit se implică deseori în acest tip de acțiuni. O altă variantă de *lobby* presupune influențarea deciziilor guvernanților prin încurajarea cetățenilor să-i contacteze. În acest caz, indivizii sunt informați cum o anumită decizie legislativă îi poate afecta. Acțiunile de *advocacy* presupun să-i facă pe cetățeni conștienți că întâmpină o problemă cu multiple repercursiuni și să-i determine să formeze împreună o forță de presiune. În această manieră, ei pot influența actul legislativ (Sikkink, 2002).

1. http://www.rosiamontana.org/ro/stiri/proclamatia-de-la-campeni-19-octombrie-2013 (accesat ultima dată la 30.10.2014).

Atașamentul nr. 3

Petiție *online* în vederea interzicerii în Europa a minieritului prin ceanurarea solului[1]



Activismul civic *online* ocupă un rol important pe agenda cercetătorilor din domenii precum comunicare politică, comunicare, mișcări sociale și mass-media (Bennett, 2005; Della Porta, 2005; Della Porta & Tarrow, 2005a; Segerberg & Bennett, 2011; Tarrow, 2011). O direcție de cercetare este relația ce se formează între utilizarea noilor media și felul în care activiștii se organizează și conlucrează. Acest proces este esențial pentru a înțelege amploarea protestelor din ultimele decenii (Bennett, 2005). Folosirea unor tehnologii de comunicare de ultimă generație nu este considerat un factor determinant în expansiunea rapidă a acțiunilor întreprinse de rețelele de protestatari. Un rol important în acest proces îl ocupă ușurința de a construi relații *online* și *offline*, de a crea punți de legătură și o anumită continuitate. Cu alte cuvinte, granițele dintre real și virtual se estompează din ce în ce mai mult, iar activiștii dezvoltă strategii prin care îi mobilizează pe utilizatorii unor platforme comunicaționale să se implice efectiv în protestele din spațiile publice. Ulterior, atitudinile lor sunt consolidate *online* și internauții sunt mobilizați să participe la proteste în *offline*. Acest mecanism presupune cooperarea a multiple rețele sociale și facilitează dimensiunea transnațională a activismului (Bennett, 2005; Bernal, 2004; Maiba, 2005). Protestatarii nu sunt izolați ci formează alianțe și legături cu alte grupări ce operează în țări diferite. Cauzele pentru care luptă împreună sunt interconectate. Astfel, ei ajung să se influențeze în repertoriul acțiulor de protest folosite. Împrumută tehnici și cunoștințe

1. http://www.rosiamontana.net/ (accesat ultima dată la 3.01.2014).

care îi ajută să se dezvolte și să-și atingă obiectivele (Russell, 2005). În societatea actuală, nici o mișcare socială nu este un caz izolat, ci face parte dintr-o rețea destul de amplă. Chiar dacă activiștii sunt determinați să protesteze pentru a găsi soluții unei cauze locale, aceasta este înțeleasă ca având multiple conexiuni cu probleme ce afectează populația la nivel global (Castells, 2010; Russell, 2005).

Pentru a explica acest fapt, trebuie să amintim mecanismele care îl facilitează la o scară transnațională. Acestea sunt formarea alianțelor *online*, difuzarea unor informații diverse interconectate și *emulația* din mediul virtual (Bennett, 2005; della Porta & Tarrow, 2005a). Alianțele sunt construite prin intermediul unor acțiuni precum colectarea datelor în arhive și furnizarea lor către părțile cooperante, afilierea automată la grupuri de suport, generarea cu ușurință a statutul de membru al grupării de activiști și repertoriul comun de acțiuni. Informațiile interconectate care sunt folosite în comun sunt: știri, mesaje, imagini (în special fotografii), un calendar al protestelor cu multiple trimiteri către site-uri și resurse de informare virtuală etc. Emulația este produsă prin publicarea și preluarea mai departe a unor imagini și narațiuni ce produc plăcere receptorilor. Astfel, publicul este implicat și va dori să participe la rândul lui, printr-un conținut similar. Nu va rămâne impasiv.

În concluzie, în urma folosirii noilor mijloace de comunicare, activismul civic suferă modificări considerabile. În același timp, repertoriul acțiunilor de protest utilizat de către activiști se reconfigurează, apar noi genuri, iar cele existente se digitalizează. În acest context, îmi propun să investighez în continuare modelele de mișcări sociale din ultimii ani pentru a examina dacă există vreun tipar în care pot fi încadrate particularitățile emergente observate în cazul celor trei pagini de Facebook din corpusul empiric al lucrării de față. Aceste pagini sunt: *Piața Universității*, *SOS Roșia Montană* și *Rosia Montana in UNESCO World Heritage*.

2.4. Modele de mișcări sociale

În următoarele rânduri, mă voi referi la mișcări sociale din ultimii ani pentru a putea ulterior discuta în ce măsură ar exista sau nu un anumit model care a influențat protestele din Piața Universității și pe cele împotriva proiectului minier de la Roșia Montană. Voi aduce în discuție trei cazuri diferite: *Mișcarea Zapatista*, *Primăvara arabă* și *15-M* sau *Indignados*. În această secțiune sunt explicate pe scurt condițiile lor de apariție, modul de acțiune, structura și cele mai importante caracteristici.

2.4.1. Mișcarea Zapatista

a) Cum a luat naștere:

În 1994 formațiunea militară Zapatista a început războiul cu statul Mexic. Acțiunile întreprinse au avut mai degrabă un caracter defensiv, fiind o reacția la intruziunea statului și a marilor corporații în regiunea Chiapas, aflată în sud-estul țării.

b) Mod de acțiune:

Membrii mișcării au format numeroase mecanisme *online* prin intermediul cărora erau construite alianțe cu alți activiști sau simplii simpatizanți din diferite țări de pe mapamond. În interiorul acestei rețele, informațiile și sursele lor de proveniență erau atent examinate, verificate și erau produse alte mesaje care să susțină poziția protestatarilor. Aceștia își formau un discurs identitar de tip dizident. Astfel, în acest caz Internetul este folosit ca mediu propice pentru construcția unor viziuni, idei, semnificații și identități ce infirmă poziția unor grupuri hegemonice și creează un mediu de rezistență (Castells, 2009; 2010; Cleaver, 2008; Olesen, 2006; Russell, 2005).

Comunicarea ocupa un rol central în cadrul rețelei și era vitală pentru construcția unui status de putere pe o scenă transnațională. În primul rând, subcomandantul Marcos, principalul purtător de cuvânt al mișcării, a folosit mass-media tradiționale și publicațiile *online* pentru a trimite comunicate și scrisori ce au fost preluate și publicate. Organizațiile formate din jurnaliști independenți precum Indymedia au sprijinit la rândul lor activiștii, ceea ce a contribuit la sporirea vizibilității acestora (Wolfson, 2012). În al doilea rând, identitățile fluide create de către activiști sunt inclusive. Acest fapt reprezintă un avantaj major pentru că permite crearea unor conexiuni multiple între diferite categorii de indivizi. De exemplu, referindu-se la subcomandantul Marcos, Russell (2005) afirmă: „Proclamându-și identitatea sa universală, nu reușește numai să-și justifice propriile angajamente față de mișcare, dar permite și altora să se implice. El creează legături între nord și sud, indieni și nonindieni. Propria identitate mixtă – intelectual, revoluționar, artist, muncitor, feminist, indian, mexican, multilingvist, cosmopolit – îi încurajează pe alții să se alăture acestei rețele, să treacă dincolo de afilierea identitară înțeleasă într-un mod restrâns și să contribuie la consolidarea hibridității propriilor identități."

c) Structură:

Nu există lideri, ci doar mai mulți purtători de cuvânt.

d) Caracteristici importante: antisistem, educație alternativă (respingerea formelor instituționalizate de educație), lupta împotriva neoliberalismului și a corporațiilor, egalitate de gen, utilizarea miturilor pentru a crea solidaritate și adeziune la cauzele activiștilor (Russell, 2005; Stahler-Sholk, 2007).

2.4.2. Primăvara arabă

a) Cum a luat naștere:

Nemulțumirile populației în legătură cu sistemul de guvernământ (în unele cazuri discutăm despre dictatură sau monarhie absolută), încălcarea drepturilor omului, condițiile precare de trai, nepotismul, corupția și lipsa unor oportunități reale de a ajunge la un standard de viață decent sunt doar câteva dintre cauzele care au declanșat protestele (Ghonim, 2012; Lotan & all, 2011; Sakr, 2013). La acestea se adaugă cenzura mass-media tradiționale și creșterea numărului de utilizatori ai rețelelor sociale, ceea ce a facilitat formele de contestare a structurilor de putere și a permis libera exprimare a cetățenilor, într-un spațiu mediatic atent controlat de către stat (Sakr, 2013).

Alte cercetări susțin că rolul noilor media în declanșarea protestelor ar trebui nuanțat, pentru că în multe cazuri autoritățile au fost cele care au permis din motive economice utilizarea lor, iar schimbările socio-politice de pe de continentul african au fost posibile acolo unde regimurile de putere au fost de fapt cel mai puțin opresive (Khondker, 2011). Cu alte cuvinte, rețele sociale nu ar reprezenta un factor atât de important în democratizarea lumii arabe, dacă sunt luate în considerare și alte variabile precum deschiderea permisă de sistemul politic sau o anumită cultură civică de rezistență care-i determină pe indivizi să reacționeze la acțiunile politicienilor (Khondker, 2011; Markham, 2014).

b) Mod de acțiune:

Primăvara arabă nu a fost un fenomen unitar și ar trebui înțeles în funcție de specificul fiecărei țări în parte. Protestatarii au folosit rețele sociale pentru a se organiza și a participa la acțiuni colective. Astfel, ei au reușit să străpungă cenzura practicată de regimul politic, să-și promoveze propriile mesaje și să contribuie la creșterea gradului de conștientizare asupra problemelor publice, în rândul populației. Nu au existat propriu-zis lideri, ci mai degrabă utilizatori cu mai multă influență în *online* care și-au creat o identitate virtuală pentru a se proteja de represalii (Ghonim, 2012; Lotan & all, 2011). Aceștia au format legături interpersonale și aliențe

cu alți internauți ce la rândul lor susțineau aceeași cauză. De multe ori, mișcarea a fost susținută din afara țării de către alți activiști și protestatari, iar participanții au format o rețea transnațională de susport reciproc (Allagui & Kuebler, 2011).

c) Structură:
Este observată lipsa oricărui mod de organizare formal. Structura are mai degrabă o formă de rețea. Orice activist are puterea de a acționa din punctul în care se află. Doar dacă mai mulți protestatari conlucrează acționând în aceeași direcție, este posibilă schimbare (Ghonim, 2012). În plus, nu există un inamic foarte bine conturat. În acest context, rețeaua formată de către indivizi devine principalul adversar al sistemului (Allagui & Kuebler, 2011). Lipsa liderilor este un punct forte pentru activiști.

d) Caracteristici importante: schimbare prin mijloace nonviolente, rezistență pașnică, utilizarea rețelelor sociale etc. (Ghonim, 2012).

2.4.3. 15-M

a) Cum a luat naștere:
Pe 15 mai 2011, au loc proteste în 61 orașe din Spania după ce utilizatori ai rețelelor sociale și ai diverselor forumuri de discuții au lansat platforma *online ¡Democracia Real YA!*. Manifestările de amploare din stradă sunt o reacția față de bipartidismul politic din Peninsula Iberică, poziția politicienilor în ceea ce privește reformele economice neoliberale, corupția practicată de elitele economice și politice, criza economică, șomaj și măsurile de austeritate (Hughes, 2011; Perugorría & Tejerina, 2013; Sevilla-Buitrago, 2011).

b) Metodă:
Protestatarii au ocupat spațiile publice din centrul orașelor, au campat (și-au instalat tabăra), au organizat adunări publice prin intermediul cărora cei marginalizați au putut să se exprime și să formeze conexiuni multiple care să faciliteze solidaritatea dintre o mare diversitate de participanți (Hughes, 2011; Perugorría & Tejerina, 2013; Postill, 2013).

c) Structură:
Forma de organizare este extrem de descentralizată, fiecare protestatar putând fi la rândul lui lider. Această structură s-a inspirat din mișcări sociale precum *Primăvara arabă*, dar și din proteste din Islanda, Grecia și America Latină (Hughes, 2011). *15-M* a promovat comunicarea pe orizontală între membrii, aceasta fiind o caracteristică importantă și în cazul

repertoriului acțiunilor protestatarilor din Argentina împotriva măsurilor de auteritate, dintre anii 2002-2004. În cadrul structurii, se ajunge la o decizie în urma unui consens colectiv rezultat din participarea fizică, în același spațiu și timp, a activiștilor și schimbul liber de informații și opinii într-un mediu propice diversității și incluziunii (Hughes, 2011; Perugorría & Tejerina, 2013; Postill, 2013). Această formă de organizare a fost asemănată cu anarhia și este diferențiată de alte mișcări sociale care sunt structurate mai degrabă pe baza unui principiu ierarhic (Hughes, 2011).

d) Caracteristici importante: anti-globalizare, democrație participativă, modelul consensual al democrației directe, respingerea oricărei forme de violență (proteste pașnice), revoluție creativă, protestatarii susțin că schimbarea reală trebuie să înceapă cu fiecare cetățean în parte, răspunderea publică nu revine doar clasei politice (Sevilla-Buitrago, 2011; Vasudevan, 2014).

În concluzie, cele trei forme de protest investigate, *Mișcarea Zapatista*, *Primăvara arabă* și *15-M* (*Indignados*), prezintă trăsături comune, de pildă structura descentralizată și dimensiunea transnațională în care operează activiștii. Această dimensiune este augmentată prin folosirea noilor media și lipsa cadrajului ideologic (ar crea mai multe bariere între protestatari). Alți factori importanți în transnaționalizarea protestelor sunt: faptul că semnificațiile evenimentelor sunt reinterpretate și reconstruite colecti și spațiul și timpul capătă o altă conotație (Mitchell, 2012; Vasudevan, 2014). *Online*-ul devine parte din *real*, iar activiștii acționează concomitent în numele unor cauze interconectate. Astfel, este facilitată solidarizarea între membrii și un public vast și construcția unei rețele mai ample.

Aceste tendințe pot fi observate și în cazul protestelor din Piața Universității și al celor împotriva proiectului de la Roșia Montană. Mai mult decât atât, fenomenele analizate prezintă caracteristici asemănătoare cu *Mișcarea Zapatista*, *Primăvara arabă* și *15-M*, precum importanța structurii în formă de rețea ca mod de organizare și de comunicare, lipsa liderilor, critica sistemului democratic actual și faptul că susțin un model participativ de democrație. Putem vorbi de tendințe comune noilor mișcări sociale din prezent. Din motiv ce fiecare mișcare este un răspuns la un anumit context socio-politic și mediatic și adoptă un repertoriu de protest adaptat la o cultură specifică, considerăm că nu putem discuta despre un tipar urmat de către protestatarii români. Mai degrabă, am accepta existența unor influențe observate în cele două cazuri studiate, Piața Universității și Roșia Montană. Aceste influențe pot fi explicate prin

multiplele conexiuni pe care rețeaua de activiști le formează cu alte rețele ce militează pentru cauze similare.

2.5. Cercetări actuale despre activismul civic online

Cercetările științifice legate de acest fenomen au la bază metode de tip calitativ precum analiza de conținut a informațiilor publicate pe site-urile administrate de către protestatari, analiza de discurs (Harlow&Harp, 2012, Lähdesmäki, 2013), analiza critică a discursului (Tang&Yang, 2011), proiecte etnografice ample, interviuri etc. Analiza de discurs de pildă a fost aplicată pentru a examina dinamica mesajelor transmise de către activiștii din Finlanda despre proiectul lor numit *Turku – Capitala Europeană a subculturii.* S-a urmărit, mai exact, modul în care este creat un discurs puternic opozant (*contradiscurs*) prin produse de tip cultural. Folosind analiza critică a discursului, cercetătorii au observat condițiile ce au permis cetățenilor obișnuiți să-l producă, care au fost motivațiile, scopurile culturale și sociale urmărite, dar și ideologiile și relații de putere înglobate (Lähdesmäki, 2013). Au fost urmărite discursurile reactive ale indivizilor față de proiectele desemnate ca reprezentând cultura unei comunități locale. Rezultatele au demonstrat că aceste *contradiscursuri* nu genează doar reacții critice sau de rezistență, ci aduc o contribuție însemnată la construcția unor spații comunicaționale *alternative* (cu reguli și practici specifice și unde se formează identități variate).

Cercetări din domeniul sociologiei și al practicilor comunicaționale emergente ale activismului *online* au la bază investigații mai complexe precum *analiza calitativă* – pentru o înțelegere în profunzime a comportamentului uman și al motivelor care îl guvernează (Russell, 2005) – sau *guerilla ethnography* (Yang, 2003; Mariampolki, 2006). Cea din urmă metodă a presupus accesarea site-urilor activiștilor fără prejudecăți timp de doi ani, implicarea în dialoguri și apoi retragerea pentru a observa conexiunile și implicațiile lor într-un tablou mai complex și mai vast, dar și explorarea link-urilor, pregătirea unor notițe abundente și solicitarea de răspunsuri și ulterior. Ulterior, cercetătorul se distanțează de fenomenul social pentru a putea reflecta mai bine asupra lui (Yang, 2003). Totodată, au fost folosite sondaje de opinie ca să completeze rezultatele obținute. Astfel, cercetarea a avut la bază un mix de metode calitative și cantitative.

Analiza calitativă a fost utilizată într-un demers diferit pentru a observa mișcarea de rezistență Zapatista și miturile create și recreate de membrii ei. Cercetătorul a urmărit decodificarea discursurilor transmise de

către activiști în termenii principiilor lor organizatorice și a structurii interne și, în special, modul în care miturile au funcționat ca forme de contestare a legitimității elitelor conducătoare. Au fost investigate șapte liste de mail cu protestatari și sute de site-uri și a fost realizată o mapă a problemelor și a grupurilor care compun mișcarea. Un concept central în această cercetare a fost cel de *identitate colectivă*. A fost urmărit modul de construcție a acesteia, dar și elementele autentice (locale) și transnaționale din structura sa. Totodată, Russell (2005) a observat felul în care se creează o conexiune între o problemă autohtonă, sau mesaj specific pentru o anumită cultură, și contextul global, extrem de vast. Miturile analizate au circulat într-un sistem media digitalizat. Internetul a avut un rol proeminent în structura rețelei și în modul de funcționare. A permis mișcării de rezistență Zapatista să-și găsească tot mai mulți susținători – din culturi diferite, oameni obișnuiți, dar și jurnaliști – și să beneficieze de resurse de comunicare importante care să-i asigure supraviețuirea.

Activismul civic *online* este studiat în prezent în cadrul unor proiecte etnografice ample (Yang, 2003, Bernal, 2005; Dunbar-Hester, 2009). Uneori analiza se concentrează pe acțiunile și demersul protestatarilor ce au ca scop democratizarea sistemului mediatic (*media activism*). Metoda de investigare include observații participative, monitorizarea activității din *online* a activiștilor, dar și utilizarea tuturor produselor culturale sau comunicaționale cu însemnătate pentru o anumită societate. Cercetătorii își propun să examineze modului de adoptare a unor noi mijloace de comunicare printr-un comportament selectiv și de pe o poziție critică (Dunbar-Hester, 2009). Astfel, este exprimată *rezistența* activiștilor față de tendințele globale. În acțiunile acestora sunt înglobate de cele mai multe ori tehnologii inovatoare, dar care sunt integrate. Acest fapt presupune un proces de *negociere* a utilității noilor media.

Metode de tip etnografic sunt aplicate și pentru a analiza istoria socială și cultura unei diaspore. Sunt investigate conexiunile complexe dintre accesul la Internet și noilor forme de mobilitate tehnologică și geografică în formarea unui alt tip de public și, implicit, sferă publică (Bernal, 2005). Cercetătorul își propune să observe și impactul transformator al mediului *online* asupra conceptelor de comunitate, public și națiune. Pornind de la studiul de caz realizat, Victoria Bernal (2005) susține că puterea mediului virtual constă în modul în care acest spațiu permite diverșilor actori să pună la îndoială o anumită viziune despre lume, cât și relațiile de autoritate din societate și legitimitatea guvernanților. Virtualul este un mediu propice pentru utilizarea unor surse alternative de informare, ce ar favoriza formarea *contrapublic*-urilor (Cleaver, 1998; Gerbaudo, 2012). Acestea sunt publicuri reactive, cu un discurs opozant.

Un alt domeniu de investigare este analiza legăturilor dintre tineri, noi tehnologii comunicaționale și implicarea civică a acestora, în contextul în care se constată o tendință accentuată de lipsă de interes pentru problemele publice sau subiectele de natură politică (Hollenbeck&Zinkhan, 2006; Zhang, 2013). Aceste cercetări au fost efectuate pentru a observa ce se întâmplă în cazul unei democrații autoritare (Singapore) sau regim totalitar (China), mai exact dacă tinerii reușesc prin noile media să conteste poziția grupurilor dominante și să propună alternative, într-o societate civică slab dezvoltată și defavorizată de mediul politic.

Alte cercetări asupra activismului civic *online* au la bază interviul în profunzime. Prin intermediul acestei metode, este analizat modul în care bloggerii din Liban șterg granițele dintre subiectele naționale și cele transnaționale, formal și informal, divertisment și politică (Riegert & Ramsay, 2012). În această manieră, ei redefinesc problemele de interes comun și abordează temele ce nu ajung să fie discutate în spațiul public mediatic. Totodată, cercetătorii urmăresc dacă bloggerii selectați formează *contrapublicuri*, și anume dacă împărtășesc sentimentul de a fi marginalizați de către autorități sau grupuri puternice din societate, se simt monitorizați și dezaprobați, abordează subiecte tabu (homosexualitate, religii aflate în minoritate și, în același timp, adepții lor sunt portretizați negativ în mass-media tradiționale) sau emit opinii ce ar contesta informațiile și puterea deținută de elite. Obiectivul cercetării constă în a observa dacă se formează în *online* o contrasferă publică (raportare critică la mass-media tradiționale și spațiu public mediatic, un alt mod de vizibilitate a problemelor de interes comun etc.).

Forme auxiliare de activism civic sunt:

- activismul anticonsumerism (Hollenbeck & Zinkhan, 2006);
- anticorporatist;
- pentru democratizarea sistemului mediatic (Carroll & Hackett, 2006; Dunbar-Hester, 2009).

Cercetările științifice urmăresc, în cea mai mare parte, modul specific de formare al acestor comunități, discursurile, identitățile comunicaționale și impactul pe care îl are tehnologia asupra practicilor de comunicare utilizate de către activiști.

În cele din urmă, voi aminti conceptele operaționalizate în studierea activismul civic *online*. În primul rând, fenomenul este corelat cu formarea *contrapublic*-urilor și a sferei publice *alternative*. În al doilea rând, sunt observate identitățile virtuale construite *online*. Cu alte cuvinte, este investigat un discurs identitar, aparținând protestatarilor, și modul de formare al acestuia (Bernal, 2005; Russell, 2005).

În concluzie, studiile actuale despre activismul civic *online* au la bază investigații sociologice, etnografice, dar care urmăresc și procesul comunicațional dintre activiști, un public mai larg și persoane cu factor de decizie (elite aflate la putere, actori publici sau profesionaliști din mass-media). În general, sunt utilizate metode de tip calitativ, dar uneori la datele obținute sunt adăugate și date cantitative, din sondaje de opinie de pildă. Nici un demers de cercetare nu epuizează fenomenul activismului *online*, acesta rămânând un important domeniu de interes pentru cercetători. Deși abordările analitice sunt diferite, rezultatele la care se ajunge pot fi asemănătoare. Acestea evidențiază anumite tendințe comune precum: folosirea noilor media pentru a crea un discurs contestatar, construcția colectivă a unor identități virtuale și necesitatea de a reconstrui narațiuni semnificative sau viziuni legate de problemele unei comunități, astfel încât discursurile rezultate să fie reprezentative, să rezoneze cu nevoile reale ale indivizilor.

În contextul studiului de față, demersul analitic este unul complementar. Ne propunem să observăm identitățile comunicaționale formate prin utilizarea rețelei sociale Facebook, relațiile de putere, viziunile activiștilor despre cele mai importante probleme din societatea românească și tipul de proiect politic urmărit. Ne situăm pe o linie de cercetare analitică de tip constructivist, deoarece analizăm discursurile construite și transmise mai departe de către utilizatori și modul în care aceștia interpretează realitatea socială. În acest context, ca metodă de lucru ar putea fi folosită analiza de dispozitiv. Aceasta permite investigarea resursele cu valoare comunicațională din structura paginilor de Facebook și a conexiunilor existente între elementele din componența ansamblului. Totodată, metoda evidențiază și efectele discursive generate prin intermediul conținutului creat și distribuit *online*, mai exact ce identități își formează protestatarii și tipul de spațiu social rezultat.

Spre deosebire de alte abordări metodologice, prin analiză de dispozitiv putem examina în mod integral comunicarea dintre utilizatorii rețelei sociale. Astfel, imaginile, videoclipurile, sunetele și structurile paginilor de Facebook sunt considerate ca fiind importante resurse comunicaționale ce pot fi utilizate strategic de către internauți cu scopul de a crea un spațiu de relaționare între participanți și a atribui acestora identități virtuale.

În cadrul studiului empiric, vor fi examinate mecanismele de vizibilitate și de dezbatere observate în cazul rețelei sociale Facebook. Prin mecanisme de vizibilitate, mă refer la modul prin care sunt create și promovare identitățile comunicaționale și sunt aduse pe agenda publică problemele ridicare de activiști. Formele și practicile de dezbatere dezvoltate de către

utilizatorii rețele sociale Facebook pot oferi informații despre spațiul comunicațional astfel creat și în ce măsură acesta contribuie la formarea unei sferi publice *online*.

2.6. Concluzii

În acest capitol, am stabilit două obiective de cercetare. Primul se referă la modul în care ar putea fi delimitate formele de protest investigate. Prin intermediul celui de-al doilea obiectiv de cercetare, ne propunem să analizăm în ce măsură paginile de Facebook *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* și *Piața Universității* sunt relevante pentru noile mișcări sociale și practicile comunicaționale ale acestora.

Având în vedere teoriile clasice sociologice și politologice, Roșia Montană poate fi considerată o mișcare socială, pentru că este o formă de contestație construită colectiv prin care activiștii urmăresc să influențeze deciziile și acțiunile guvernanților, în moduri de interacțiune susținute și pe o durată mai mare de timp (Tilly, 2004; Tarrow, 2011). Mai mult decât atât, are la bază o rețea dinamică formată dintr-o varietate de indivizi, grupuri și organizații, acest fapt fiind un criteriu important ce validează existența unei mișcări (Diani, 1992). Ca formă de protest, Roșia Montană poate fi înțeleasă și prin teoria noilor mișcări sociale (Nash, 2010), deoarece prezintă caracteristici precum faptul că este o expresie a unor probleme universale și este orientată mai degrabă către social și cultural. În plus, este organizată într-un mod flexibil și are o structură fluidă, își asumă o identitate apolitică, iar forma de organizare internă evită ierarhiile și este mai degrabă informală.

În ceea ce privește acțiunile protestatarilor din Piața Universității, acestea ar putea fi înțelese prin conceptul de protest. Au fost observate unele trăsături comune cu *15 M* sau *Indignados*, cum ar fi: lupta împotriva globalizării, susținerea unui forme participative de democrație și a unui model consensual de sistem democratic, dorința de a produce o revoluție creativă pe cale pașnică și de a responsabiliza fiecare cetățean în parte cu scopul de-al determina să ia parte activ la rezolvarea problemelor comunității (Sevilla-Buitrago, 2011; Vasudevan, 2014). Cu toate acestea, protestele din Piața Universității au avut o durată scurtă: din ianuarie până în mai. Ulterior, au mai fost organizate manifestații publice, dar din ce în ce mai rar și nu de o asemenea anvergură ca în iarna anului 2012. Una dintre excepții a reprezentat-o toamna lui 2013 când pe agenda protestatarilor cea mai importantă problemă a momentului a fost Roșia Montană.

Având în vedere argumentele menționate în rândurile anterioare, considerăm că Piața Universității nu îndeplinește toate condițiile pentru a fi clasificată ca mișcare socială, ci mai degrabă acest fenomen social poate fi înțeles ca o formă de protest cu o durată restrânsă în timp. Din septembrie 2013, protestatarii din piață au organizat manifestații împotriva proiectului minier de la Roșia Montană. Dacă inițial agenda celor care protestau cuprindea o largă varietate de probleme precum corupția, aservirea instituțiilor publice de către partide, lipsa legitimității clasei politice sau dependența trusturilor de presă de finanțări garantate de politicieni sau corporații, ulterior a avut loc o reconfigurare. Direcțiile de acțiune ale celor două forme de protest și scopul urmărit au început să se asemene tot mai mult. Din acest punct de vedere, Piața Universității poate fi considerată un episod al conștientizării societății civice românești (cetățenii au acorde mai mult interes problemelor sociale). Proiectul minier de la Roșia Montană a dobândit în ultimii ani o importanță sporită în opinia publică, fapt ce a produs o presiune tot mai mare asupra actorilor publici.

În ceea ce privește răspunsul la cea de a doua întrebare de cercetare, putem afirma că ambele pagini de Facebook sunt relevante pentru noile mișcări sociale și practicile comunicaționale ale acestora datorită multiplelor conexiuni construite cu alte grupuri de activiști și protestatari din lume (dimensiunea transnațională), identităților fluide și lipsa profesionalizării formale a membrilor (respingerea vreunei calificări riguroase a actorilor sociali implicați) etc. La toate acestea se adaugă: nevoia de a găsi o alternativă la sistemul politic și educațional, la normele sociale promovate de către cei ce dețin puterea și acceptate fără prea mari rezerve de către cetățeni și critica sistemului capitalist ce pune mai multă valoare pe bani și realizarea profesională a individului decât pe relațiile interumane. Totodată, discutăm despre criza valorilor și o anumită poziție critică față de bunurile materiale care nu garantează mai multă libertate individului, ci îl fac tot mai dependent de sistem.

Dacă ar fi să rezumăm succint străduințele protestatarilor în ambele cazuri analizate, am spune că nevoia de a găsi o alternativă care să pună mai multă valoare pe indivizi și relațiile care se formează între aceștia este ceea ce primează. Banul, băncile, sistemul capitalism și politicienii corupți sunt considerați responsabili pentru criza reală în care se află societatea. Soluția este ca fiecare cetățean să reacționeze și să participe efectiv la găsirea unor soluții viabile.

III. Rețele sociale online și identități virtuale

3.1. Despre rețeaua socială online

În acest subcapitol al lucrării nu ne propunem o abordare exhaustivă, o sinteză a teoriilor referitoare la rețelele sociale, ci vom trata subiectul din perspectiva cercetărilor (calitative și cantitative) legate de publicurile în formă de rețea și cum sunt folosite Facebook, Myspace și Twitter. Totodată, ne interesează să observăm care este specificul rețelelor sociale, ce le diferențiază față de alte tipuri de site-uri. Vom porni prin a discuta cum au influențat aceste platforme comunicaționale modurile de interacțiune *online* pentru ca ulterior, în decursul capitolului al treilea, să ne referim la identități virtuale și cadrul de dezbatere format prin utilizarea rețelei sociale Facebook.

Numeroase studii tratează subiectul *nativilor digitali* sau tinerii care de la o vârstă fragedă au un calculator cu acces la Internet și sunt obișnuiți să-și petreacă în fiecare zi o parte din timpul lor în *online*. Odată cu apariția rețelelor sociale, s-au schimbat modurile de participare și de interacțiune dintre internauți. Myspace, Twitter, Facebook și YouTube sunt accesate zilnic de milioane de utilizatori pentru a se informa, a socializa și a-și construi un capital de imagine. Acestea sunt poate cele mai cunoscute rețele sociale, însă în funcție de specificul cultural al fiecărei țări există preferințe care variază, iar topul celor mai utilizate poate diferi foarte mult. Unele se adresează unor publicuri-țintă foate bine definite, în timp ce altele sunt mai degrabă de nișă și atrag actori sociali ce au în comun o identitate culturală, sexuală, religioasă sau de tip naționalist (Boyd & Ellison, 2008). Faptul că majoritatea rețelelor sociale încorporează extensii care

fac posibilă accesarea de pe *dispozitive* de telefonie mobilă complică utilizarea lor. Practicile comunicaționale în *online* influențează comportamenul și așteptările utilizatorilor de telefoane de ultimă generație (Frith, 2014; Lenhart, Purcell, Smith & Zickuhr, 2010). Înainte de a discuta despre aceste practici, ne propunem să definim conceptul de rețea socială.

Danah Boyd și Nicole Ellison (2008) propun o definiția care va fi ulterior utilizată în diverse cercetări despre noile media și influențele lor asupra procesului comunicării. Rețelele sociale sunt considerate ca fiind spații comunicaționale ce permit internauților:

a. să-și construiască un profil public sau parțial public în cadrul unui sistem dinainte stabilit;
b. să-și întocmească o listă de utilizatori și să împărtășească niște conexiuni cu aceștia;
c. să poată vedea legăturile și interacțiunile cu indivizii din lista lor și, în același timp, să aibă acces la informațiile și acțiunile celorlalți, în cadrul rețelei.

Într-un studiu despre cele mai importante caracteristici ale rețelelor sociale și deciziile care favorizează utilizarea lor de către un număr tot mai mare de internauți, Boyd (2007) susține că acest tip de site-uri poate fi caracterizat asemenea publicurilor ce funcționează în rețea. Facebook, Myspace și Twitter dețin patru funcții destul de rar întâlnite în interacțiunile față-în-față. Acestea sunt:

- persistența (conținutul încărcat pe rețelele sociale rămâne *online*);
- posibilitatea de a căuta multiple informații;
- multiplicarea conținutului încărcat;
- o audiență invizibilă.

Aceste proprietăți ale rețelelor sociale sunt specifice spațiului de comunicare generat de către utilizatori. În același timp, modurile de interacțiune dezvoltate de către participanți sunt mult mai complexe (Boyd, 2007). În contextul comunicațional rezultat, utilizatorii exersează un tip *de socializare virtuală* total diferită față de cea din *offline*, practicând totodată competențe decomunicare specifice mediului *online* (Ito et al., 2008).

Caracteristic pentru acest tip de site-uri este că utilizatorului i se cere să-i definească pe alții care au la rândul lor cont și împărtășesc anumite legături, cum ar fi de prietenie, amoroase sau familiale. Astfel, deținătorii unui profil pe rețelele sociale se pot declara *Prieteni*, *Fani*, având diferite relații de rudenie sau o prietenie foarte strânsă. Deși cei mai mulți aleg să fie *prieteni*, termenul poate crea confunzii pentru că uneori înțelesul

diferă foarte mult de ceea ce se înțelege în mod normal printr-o prietenie (Boyd, 2006; Boyd & Ellison, 2008; Thelwall & Stuart, 2010).

De pildă, în cazul Myspace[1] și Cywold[2] membrii au libertatea de a decide singuri ce înseamnă să fii *prieten* cu alt utilizator al rețelei. Relațiile de prietenie virtuală sunt considerate ca având semnificații foarte diferite, în conformitate cu apartenența indivizilor la o anumită cultură sau stil de viață (Thelwall & Stuart, 2010). Prieteniile *online* sunt un fenomen destul de întâlnit în Korea de Sud și natura lor permite rețelei sociale Cywold o deţină o funcție socială importantă, aceea de crea un mediu unde membrii își pot exprima cele mai sincere și personale gânduri, fără să se simtă îngrădiți de norme sociale (Kim & Yun, 2007; Thelwall & Stuart, 2010). Acest grad de sinceritate este apreciat ca fiind foarte dificil de atins în alte condiții, în *offline*.

Thelwall & Stuart (2010) propun o tipologie a rețelelor de socializare. Acestea pot fi clasificate în:

- rețele de socializare, ce susțin interacțiunile de tip informal dintre utilizatori (exemple: Facebook, Twitter, Myspace, Cywold, Couchsurfing);
- rețele de *networking* al cărui specific sunt interacțiunile interpersonale mai puțin axate pe socializare și formarea unor legături informale, ci sunt orientate spre zona de business (exemple: LinkedIn, Ryze);
- rețele de navigare, ce favorizează mai degrabă căutarea unor informații prin intermediul conexiunilor interpersonale (exemple: Flickr, YouTube).

Cele de navigare pot fi la rândul lor clasificate în funcție de conținutul difuzat (Thelwall & Stuart, 2010):

- fotografii: Flickr;
- videoclipuri: YouTube;

---

1. Rețea socială utilizată cu precădere în SUA, India, Țările de Jos, Marea Britanie și Rusia (potrivit http://www.alexa.com/siteinfo/myspace.com) în cadrul căruia conținutului muzical i se acordă o importanță sporită. Artiștii au pagi proprii cu albumele lor, videoclipuri, articole sau apariții televizate, fotografii, evenimente, un top al fanilor etc. Utilizatorii rețelei pot asculta muzică *online* și au acces la resursele încărcate de către idolii lor. Stilul muzical și artiștii preferați face parte din identitatea virtuală construită prin Myspace.

2. Potrivit Thelwall & Stuart (2010), Cywold este o rețea socială extrem de populară în Korea de Sud care a pornit inițial de la o platformă *online* ce permitea să fie folosită și ca *blog*, iar ulterior a integrat și funcții specifice unei rețele. Acest site este construit ca o realitate de tip alternativ, membrii deținând fiecare un avatar, o *casă* cu *mobilă* și decorațiuni virtuale, toate personalizate în funcție de propriile gusturi și preferințe.

- *blog*-uri: LiveJournal, Live Spaces;
- artă: *DeviantArt*;
- știri: *Digg*;
- referințe de tip academic: *CiteULike*, *Connotea*.

Dacă discutăm despre relațiile de prietenie în cadrul rețelelor de navigare, rolul lor este de a facilita găsirea unor informații prin intermediul conexiunilor interpersonale (Thelwall & Stuart, 2010). De pildă, în cazul în care un utilizator este interesat de anumite curente artistice sau tendințe în arta fotografică, va căuta alți membri ce sunt cunoscători și încarcă *online* resursele necesare lui. Dacă devine *prieten* sau *follower* (urmărește activitatea altuia), atunci are acces la informațiile încărcate de către celălalt. Și în acest caz, semnificația conceptului de prietenie în *online* trebuie nuanțată. Faptul că nu este clar delimitat de la început ce anumite semnifică permite un grad ridicat de libertate a membrilor, aceștia putând decide care sunt regulile acceptate și limitele în relațiile lor virtuale.

Ceea ce diferențiază rețelele sociale de restul site-urilor este impactul lor considerabil asupra comunităților virtuale (Boyd & Ellison, 2008; Lumby, 2010). Realitatea socială ajunge să fie formată din rețele de indivizi, modul de organizare al indivizilor este diferit, fiecare trăind într-un microspațiu social propriu și personalizat. Individul se află în centrul comunității formate în jurul lui, iar aceasta este definită prin actori sociali și nu prin interese.

3.2. Formarea publicurilor prin intermediul Facebook

În spațiul comunicațional *online*, pot fi observate o serie de procese care definesc noi condiții și posibilități de acțiune și comunicare publică. În acest context, publicurile rețelei sociale Facebook sunt generate prin corelarea, asamblarea, conectarea și hibridizarea diverselor coduri (platforma comunicațională, *soft*-ul, rețelele interpersonale, dinamica informațiilor etc.) și elemente și actori politici, cum ar fi discursuri, mișcări cu impact la nivelul politicului, cetățeni, politicieni etc. (Langlois, Elmer, McKelvey & Devereaux, 2009). Dinamica întregului *site* prefigurează constituirea unor diversități de publicuri. Acestea se folosesc de codurile anterior menționate pentru a pune pe agenda publică o problemă importantă pentru ele. În același timp, codurile influențează și modelează fenomenul politic în funcție de o anumită logică a informației.

Printre principalii actori implicați în procesul de formare a unor probleme publice și implicit a publicurilor se enumeră politicieni, cetățeni,

organizații aparținând societății civice etc. Aceștia folosesc oportunitățile comunicaționale disponibile prin intermediul Facebook pentru a susține și crea noi moduri de comunicare politică și participare civică (Langlois, Elmer, McKelvey & Devereaux, 2009). Utilizarea noilor media reconfigurează felul în care se organizează cetățenii, dar totodată apar alte practici și stiluri de a comunica, iar acestea corelează dinamica fluxurilor de informații din mediul virtual cu un context politic mai larg. Astfel, apar noi discursuri, tipuri de conținut și dezbateri care coexistă într-un spațiu mediatic ale cărui publicuri sunt active (Langlois, Elmer, McKelvey & Devereaux, 2009).

Ca mediu de comunicare, Facebook este înțeles prin natura sa fluidă, în continuă transformare, fapt ce influențează tipurile de publicuri posibile, diversitatea acestora fiind accentuată. În același timp, este un spațiu eterogen al acțiunilor actorilor sociali. Astfel, publicurile și stilurile lor comunicaționale trebuie înțelese într-un perpetuu stadiu de permutări (Valtysson, 2012). Având în vedere faptul că orice utilizator al rețelei sociale are și rolul de comunicator, mesajele sale pot fi setate astfel încât să ajungă la o anumită audiență. Cei care comunică au posibilitatea de a-și stabili dinainte publicul. Fiecare utilizator este în centrul propriei rețele interpersonaje și parte din grupul de prieteni al celorlalți. În același timp, este membru mai multor tipuri de publicuri și, prin interacțiunile sale, ia parte activ la conversațiile despre problemele publice.

Cercetările empirice arată că utilizatorii cei mai implicați și care folosesc în mod frecvent rețelele sociale sunt predominant tineri (Boyd, 2006, Ito et al., 2008). De aceea, în următoarele rânduri vom discuta despre cum utilizează aceștia Facebook și Myspace. Ulterior, ne vom referi la relativizarea dintre spațiul public și cel privat și contribuția noilor media în acest proces.

3.2.1. Tinerii și mediul comunicațional online

Utilizarea noilor media a contribuit la apariția unor noi practici de comunicare. Tinerii construiesc un altfel de spațiu comunicațional, în care participanții pot fi prezenți în același timp *online* și *offline* și unde pot stabili ușor relații de prietenii prin conversații simple, dar pline de semnificație pentru ei (Horst, Herr-Stephenson & Robinson, 2008). Contactul rezultat astfel nu mai este înțeles ca făcând parte dintr-o realitate virtuală, pentru că internauții îl interpretează ca fiind mai autentic și real decât ceea ce transmit prin dialogurile din cadrul familiei și al școlii. Contextul mediatic în care tinerii se dezvoltă este diferit față de cel al

generațiilor precedente; aceștia își strâng informații inclusiv din conținutul muzical pe care-l asimilează în fiecare zi, din videoclipuri și jocuri video, dar mai ales prin moduri de participare și interacțiune *online* practicate în fiecare zi (Horst, Herr-Stephenson & Robinson, 2008; Ito et al., 2008).

Mizuko Ito (2008), antropolog cultural preocupat de investigarea modalităților prin care noile media schimbă relații amoroase, identitățile și comunitățile, a realizat un studiu împreună cu un grup de cercetători din domeniu despre practicile de comunicare ale tinerilor. Rezultatele susțin faptul că rețelele sociale au creat un mediu propice unde tinerii, prin interacțiunile lor, se maturizează, se confruntă cu propriile frici reușind totodată să le depășească, trec împreună prin perioada de pubertate și problemele ei, prin primele experiențe sexuale, fac diferența între prietenii adevărați și cei falși și ridică întrebări legate de rolul lor în societate și standarele care le sunt impuse (Sims, 2008). Unul dintre subiecți a declarat că procesul în sine, intermediat de rețele sociale, l-a ajutat să-și dea seama cine este cu adevărat și, în cele din urmă, a contribuit la maturizarea lui:

> „A fost un fel de maturizare ciudată în mediul virtual. Ca și când ai ajuns acolo și vrei să vezi cum este… Aflam mai multe despre mine însumi și încercam să-mi dau seama cine sunt. Încercam să descopăr cine sunt cu adevărat oamenii din jurul meu și să înțeleg această lume."

Cu alte cuvinte, rețelele sociale preiau din funcțiile instituțiilor care ar fi trebuit să-i pregătească pe tineri pentru viață. Discutăm despre diminuarea controlului social și a nevoii de standardizare. În acest context, tinerii au un grad mai mare de libertate de a alege cine vor să devină. În spațiul comunicațional din *online*, își dezvoltă moduri de comunicare și practici specifice. Totodată, recepteză și interpretează informațiile într-un mod individual, privat, însă își invită camarazii să ia parte la acest proces. Intimitatea este dezvăluită și detaliile sunt împărtășite cu alți utilizatori. Aceștia nu sunt total *străini* pentru ei, ci dețin ceva comun, cum ar fi genul de muzică pe care îl ascultă sau sporturile practicate (Boyd & Ellison, 2008; Waisanen, 2010).

3.2.2. Spațiul privat și intimitatea

În noul context mediatic, sursele oficiale de informare nu mai au aceeași credibilitate, iar rețelele interpersonale devin tot mai importante. Practic, fiecare individ are printre cunoștințe persoane pe care le consideră experți în diverse domenii și în care are încredere mai mult decât în jurnaliști sau autorități publice. Expertiza poate fi recunoscută și în lipsa unui contact

nemediat în *offline*. *Online*-ul devine un mediu unde utilizatorii încep să se simtă tot mai confortabil și ajung să fie confidenți. Acest fapt ridică întrebări legate de tipul de spațiu privat construit prin intermediul noilor media și modul în care internauții îl negociază și-l redefinesc.

În societatea actuală au existat multiple îngrijorări din pricina datelor personale expuse pe Internet și furnizate fără prea mari rezerve de către utilizatorii înșuși (Livingstone, 2008). Un alt subiect controversat este intimitatea și faptul că generația tânără dezvoltă moduri de participare virtuală ce ar trece foarte greu de aprobarea celorlalți membrii ai unei comunități, neobișnuiți cu astfel de practici. În acest sens, sociologul american C.J. Pascoe (Pascoe, 2008) susține că:

> „Tinerii sunt cei care dezvoltă, utilizează, creează noi practici de folosire și incorporează noile media în legăturile lor sentimentale și amoroase, prin modalități ce ar putea să rămână necunoscute, nefamiliare și câteodată înspăimântătoare pentru adulți."

Astfel, în comunicarea prin Internet sau *dispozitive* mobile, sunt dezvoltate moduri de *coprezență* (participare *offline* și *online* în același timp). Acestea sunt create și folosite de către generația tânără pentru a-și dezvălui reciproc informații din existența de zi cu zi. Practic, persoanele față de care dezvoltă o relație de amiciție pătrund prin virtual în spațiul privat al fiecăruia, însă utilizatorii dezvăluie doar ceea ce doresc, urmărind scopul de a se conecta mai mult cu prietenii lor. De fapt, fiecare are controlul asupra informațiilor. Analizează ceea ce vrea sau nu să divulge. Detalii care aparent par întâmplătoare sunt, de fapt, utilizate strategic. În *online*, mai mult decât în *offline*, indivizii pot avea un control sporit asupra textului sau imaginilor, ceea ce-i face să fie mai încrezători când pătrund în acest mediu (Sims, 2008). În plus, vulnerabilitățile prezente în comunicarea interpersonală sunt gestionate mai ușor.

Deși există multiple temeri legate de riscurile din comunicarea *online* și apare nevoia de a o reglementa, tinerii găsesc numeroase oportunități de a-și stabili propriile reguli și de a se menține *liberi*, în afara unui cadru prea riguros stabilit (Ito et al., 2008). Putem discuta despre diferite practici de comunicare, în funcție de tipul de media folosit, dar nu despre un set prestabilit de norme (Waisanen, 2010). Modurile de participare din *online* sunt flexibile, pot fi redefinite de fiecare în parte. Cu toate acestea există anumite tendințe. De pildă, Yahoo! Messenger este utilizat pentru a menține legătura cu persoanele mai apropiate sau pentru a flirta, în timp ce Facebook și Myspace sunt folosite cu scopul de păstra contactul cu o gamă mai variată de utilizatori, pe care-i cunosc într-o măsură

mai mare sau mai mică (Livingstone, 2008). În ceea ce privește relațiile sentimentale, Facebook este considerat ceva mai formal, în timp ce pe Myspace tinerii își expun cu mai multe detalii viața personală (Pascoe, 2008). Cu timpul și cu numărul crescut de utilizatori, rețeaua socială *online* Facebook preia o parte din atribuțiile și timpul alocat platformelor de comunicare Yahoo! Messenger și Myspace. De exemplu, utilizatorii încep să folosească serviciul de *chat* valabil pe Facebook și se conectează mai rar pe celelalte. În același timp, tot mai mulți internauți sunt prezenți pe multiple rețele sociale (Lenhart, Purcell, Smith & Zickuhr, 2010; Sims, 2008). Numărului de conturi deținut de fiecare individ în parte este în creștere (Boyd & Ellison, 2008).

3.2.3. Status în online, identități virtuale și contestarea normelor sociale

Rețele sociale pot fi înțelese ca fiind un mijloc prin care se negociază un statut pe plan social (Lumby, 2010). De pildă, prin diferite comentarii lăsate pe profilurile prietenilor din lista de contacte indivizii își construiesc o poziție legată de un subiect și relațiile de putere cu alți utilizatori. În cazul unei legături amoroase, cei doi își negociază detalile personale ce urmează a fi dezvăluite pentru a *marca un teritoriu* (a lăsa de înțeles celorlați că doi actori sociali au o relație solidă și comunică foarte bine). Pentru ei, Facebook funcționează ca un spațiu comunicațional public (Pascoe, 2008). Astfel, dacă o informație este încărcată *online* și este recunoscută de către ceilalți, atunci relația lor se *oficializează* (este acceptată de cei din lista de contacte). Acest stadiu este considerat ca fiind un indice pentru un anumit nivel de dezvoltare atins de un cuplu. Pentru tineri, faptul în sine are o însemnătate aparte căci, dacă relația nu este *oficială* pe Facebook, ajunge să fie interpretată ca fiind ascunsă cu un anumit scop, iar acest act poate deveni o sursă de suspiciuni. De aceea, *oficializarea* relației pe rețelele sociale are o importanță majoră (Boyd, 2008; Pascoe, 2008; Sims, 2007).

În legătură cu interacțiunile dintre utilizatorii *Facebook*, acestea formează un spațiu comunicațional având o natură hibridă. Hibriditatea constă în faptul că internauții cu vârste cuprinse în nouăspreze și treizeci de ani, își creează identități care sunt, în același timp, și publice și private (Fine, 2004; Ito el al, 2008). Spațiul comunicațional generat prin conținutul încărcat pe rețelele sociale ar putea fi gândit ca fiind unul aparte, de un al treilea tip (Wyatt, Katz & Kim, 2000). Acesta ar aparține în aceeași măsură și sferei publice și celei private și poate fi explicat prin procesul de negociere dintre generația tânără și ceilalți (Ito el al, 2008). La școală,

în familie, la locul de muncă, tinerii încearcă să treacă dincolo de rigorile și normele care le sunt impuse și să capete independență și statut în *online*. Având în vedere faptul că mediul virtual este pentru ei o continuare lină a realității, granițele dintre real și virtual estompându-se din ce în ce mai mult, o eventuală poziție de putere dobândită prin intermediul rețelelor sociale are efecte în *offline*.

Comunicarea *online* le permite internauților să construiască relații de prietenie și să-și facă mult mai ușor cunoștințe. Mediul comunicațional în care se formează tinerii este caracterizat prin fluiditatea de a trece din *offline* în virtual și invers, fără dificultăți de adaptare la normele sociale existente în aceste două spații, pentru că totul este perceput în mod integral (Horst, Herr-Stephenson & Robinson, 2008). Prin rețele sociale și telefonie mobilă, actorii sociali pot fi prezenți și participa activ în multiple spații sociale, în timp ce-și desfășoară activitățile de zi cu zi. Mobilitatea acestui nou spațiu comunicațional și ușurința de a se conecta contribuie la inovație în practicile de comunicare și contestarea *status quo*-ului, înțeles ca un regim de putere ce impune condiții normative împământenite în societate (Kahn & Kellner, 2004; Savigny, 2002).

Există o anumită ambiguitate observată în interacțiunile actorilor sociali prin intermediul noilor media și implicit a faptului că mesajele trimise permit concomitent mai multe cadre de interpretare (Boyd & Ellison, 2008; Ivana, 2014; Lange & Ito, 2008; Pascoe, 2008). Caracterul ambiguu al textului este înțeles prin nevoia de a păstra o iluzie de lipsă de implicare, de asumare parțială a conținutului încărcat *online* și de naturalețe, ca și când internauții afirmă ceva fără să se fi gândit prea mult înainte. Totodată, identitatea virtuală construită poate diferi cu mult de cea reală și nu este foarte clar conturată. Acest aspect este explicat prin aceeași nevoie de protecție față de spațiul *offline* aflat sub alte riguri comunicaționale, pe care tinerii nu le acceptă în totalitate. În *online*, ei pot exersa un alt mod de a fi și participă în experiențe de un alt tip. Astfel, se dezvoltă, înțeleg mai multe despre ei înșuși și lumea în care trăiesc (Mills, 2010; Pascoe, 2008).

3.3. Facebook și construcția identităților virtuale

Analizând construcțiile de tip identitar din *online*, D. L. Milioni (2009) susține că este nevoie să redefinim *sfera publică democratică* ale cărei componente se extind la nivel global creând un teritoriu transnațional al cetățenilor lumii. Aceste componente sunt: relațiile de putere politică, fluxurile de comunicare și de informații și nu în cele din urmă publicul

care deține un rol creator. În *online* și implicit pe rețelele sociale, observăm o accentuată diversitate și multitudine de publicuri active, cu propriile norme și practici de dezbatere (Christie, 2001). Acestea se reconfigurează în urma acțiunilor și a construcțiilor identitare ale internauților. Schimbările au loc în cele trei dimensiuni ale sferei publice: structurală, reprezentativă și a interacțiunii (Dahlgren, 1995; Milioni, 2009). Construcțiile identitare pot fi observate la nivelul dimensiunii reprezentative, acestea determinând la rândul lor tipurile de interacțiune din cadrul unui spațiu virtual. Așadar, pentru a înțelege mai bine procesul deliberativ, trebuie aduse în discuție identitățile individuale ale participanților din *online*, dar și cele colective.

Identitatea și relațiile de putere sunt conectate în mod indisolubil, deoarece de cele mai multe ori conflictul sau disputele intervin între publicurile active și cele *hegemonice* numite și grupuri dominante (Millioni, 2009). Comunicarea poate fi *disruptivă*, fiindcă întrerupe o serie de procese și activități din societate (Bernal, 2005). În același timp, reconfigurarea identităților sociale antrenează de multe ori idei, sentimente și viziuni *antihegemonice* (Nicholson & Seidman, 1995). Relațiile de putere din societate ajung să fie renegociate și prin intermediul microcosmosului reprezentat de mediul virtual (Lumby, 2010).

Odată cu digitalizarea vieții sociale și a rolului tot mai accentuat deținut de rețelele interpersonale, conceptului de sferă publică i s-a adăugat o nouă compenentă, și anume aceea de *acțiuni colective* (Habermas, 2006; Milioni, 2009). Recunoașterea funcțiilor democratice ale formelor de asociere dintre cetățeni, ale mișcărilor sociale și ale practicilor de revoltă față de normele sociale a marcat o schimbare în modul în care este înțeles procesul de deliberare. Mai mult decât atât, faptul că într-un spațiu deliberativ participanții trebuie să adopte forme de discurs foarte diferite de cele folosite de către ei în mod curent poate avea până la urmă un efect antidemocratic pentru că discutăm despre publicuri care ajung să fie excluse din dialogul social (Fraser, 1990; Milioni, 2009; Hicks, 2002; Young, 2000).

Urmează să investigăm dacă spațiul comunicațional generat prin folosirea rețelei sociale Facebook poate fi considerat unul deliberativ (cadru propice pentru dezbatere, acces permis tuturor utilizatorilor etc.) sau dacă discutăm mai degrabă despre o falsă dezbatere, publicurile consolidându-și prin interacțiunile lor pozițiile inițiale (Waisanen, 2010). În același timp, prin construcții identitare și diverse acțiuni la care participă activiștii civici sau membrii unor mișcări sociale, mediul virtual contribuie la formarea și consolidarea publicurilor active (Milioni, 2009; Newman & Clarke, 2009). Acestea pot avea un impact democratic asupra

societății pentru că aduc pe agenda publică probleme de interes comun și perspective variate.

Revenind la construcțiile identitare virtuale prin intermediul rețelei sociale Facebook, cercetările despre crearea unei imagini personale posibile, dar nu *actuale* (conține o parte din calitățile utilizatorului, este un portret real, însă nu coincide în totalitate cu realitatea, dar ar putea pe viitor) au discutat despre faptul că internauții consideră că felul în care se prezintă pe sine *online* este o parte integrală din procesul de formare a propriei identități pe plan social (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). De aceea, aceștia încearcă să-și coordoneze eforturile din mediul virtual cu actele lor din *offline*. Prin intermediul rețelelor sociale, pot să-și creeze liste cu grupurile pe care le susțin, cu preferințele și interesele lor. Indirect, aceste acțiuni sunt un mod de autoprezentare (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Astfel, ceilalți utilizatori își pot forma o părere despre cine sunt deținătorii profilurilor virtuale.

Facebook poate fi comparat cu Myspace prin faptul că ambele rețele sociale le permit indivizilor să se prezinte în mai multe maniere diferite. Dețin funcții comune cum ar fi opțiunea de a încărca fotografii în albume, de a-și descrie interesele personale și pasiunile și a afișa o listă de prieteni (Griffith & Liyanage, 2008). Toate aceste elemente fac parte din identitatea pe care și-o construiesc utilizatorii. Interactivitatea platformelor este susținută prin comentariile și mesajele încărcate. Diferența majoră dintre cele două rețele sociale este faptul că pe Myspace îți poți păstra anonimatul, pe când Facebook îți solicită identitatea reală (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008; Waisanen, 2010). Chiar dacă utilizatorii își pot construi o altfel de imagine, aceasta nu este într-un totul diferită de realitate, ci mai degrabă complementară. Poate fi înțeleasă ca identitatea posibilă, la care aspiră actorii sociali. Persoana din *online* și cea din *offline* sunt interpretate de către internauți ca fiind un continuum și nu sunt considerate construcții identitare diferite (Ito et al., 2008).

De cele mai multe ori, identitățile formate în mediul virtual au atribute ce îi fac pe utilizatori să fie extrem de apreciați pe plan social, însă, din diferite motive, acestea nu se regăsesc neapărat și în *offline* (Lumby, 2010; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Legat de modul prin care își formează o *persoană online*, putem afirma că utilizatorii preferă mai degrabă să se prezinte în imagini decât să se folosească de cuvinte. Oferă indicii despre ei mai mult implicit decât explicit, ceea ce ar putea fi interpretat ca un mod de a fi specific tinerilor. Studiile despre construcțiile identitare din *online* discută despre faptul că identitatea nu este o caracteristică individuală sau o expresie a ceva ce este înnăscut într-o

persoană. Mai degrabă, aceasta este construită în societate, fiind rezultatul unui mediu social și, în consecință, este transpusă în mod diferit în funcție de un anumit context (Zhang, Jiang & Carroll, 2010; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Individul își va forma și va transmite o imagine despre sine ce îi permite să se situeze cât mai bine într-un moment anume. Cu alte cuvinte, identitatea este un răspuns strategic dezvoltat în funcție de un context social.

Cercetările privind o posibilă contribuție a rețelelor sociale asupra democratizării societății și a politicului au readus în discuție democrația deliberativă și au analizat practicile de comunicare dezvoltate prin intermediul noilor media (Halpern & Gibbs, 2013; Lewiñski & Mohammed, 2012; Pfister & Godana, 2012; Waisanen, 2010). Un prim aspect legat de această problemă este de ordin conceptual, și anume cum poate fi definit tipul de comunicare care este stimulat prin acest nou spațiu comunicațional (Waisanen, 2010). B.J. Fogg susține că rețelele sociale reprezintă o formă hibridă *a persuasiunii interpersonale în masă*, în timp ce alții consideră forumurile de discuție *online* și *blog*-urile ca fiind o altfel de sferă publică ce nu mai aparține nici unui teritoriu și are, prin urmare, dimensiuni transnaționale (Dakroury & Birdsall, 2008; Fogg, 2008; Waisanen, 2010; Yang & Calhoun, 2007).

O perspectivă diferită este oferită de D. Waisanen (2010) în urma analizei potențialului deținut de comunicarea interpersonală prin intermediul Facebook asupra democrației deliberative și cum anume această platformă comunicațională favorizează sau, din contra, împiedică formarea unui cadru propice pentru dezbatere. Potrivit lui Waisanen, această rețea socială promovează o formă argumentativă de dialog public intermediat prin grupul de prieteni și cunoștințe ai utilizatorilor (*rețeaua* acestora). Cercetătorul consideră că nu putem discuta despre comunicare în masă, deoarece Facebook este format din indivizi și grupuri între care există anumite legături *offline*, fie că ne referim la prietenii de lungă durată sau simple contacte din listă. Este nevoie de acordul ambelor părți pentru ca un *prieten* să figureze în rețeaua celuilalt, ceea ce genezează un climat de încredere între interacțiunile reciproce și cele cu un public mai larg, format din cunoștințele celor doi (Waisanen, 2010). Aceste raporturi formate nu sunt considerate ca fiind caracteristice pentru comunicarea în masă. Discutăm mai degrabă despre o mediere produsă de rețelele personale ale utilizatorilor.

Argumentele care susțin că Facebook poate contribui la construcția unui spațiu deliberativ – cu mențiunea că noile media au fost concepute să fie folosite cu un anumit scop, însă de foarte multe ori practicile de

utilizare sunt regândite în funcție de intenționalitatea comunicatorilor (Lewiñski & Mohammed, 2012) – sunt următoarele (Pfister & Godana, 2012; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; Waisanen, 2010):

- pot fi observate reguli de dezbatere ce promovează un dialog civic;
- este deseori creat un climat al încrederii reciproce, iar punctele de vedere contra sunt tratate de majoritatea utilizatorilor cu respect și readuse în discuție;
- sunt stimulate și argumentele pro și cele împotriva unei chestiuni importante ce afectează indivizii, acest fapt fiind potențiat prin însăși tipul de platformă comunicațională reprezentat de rețeaua socială *online* Facebook;
- sunt aduse în discuție *dovezi* sau *probe* (dau mai multă greutate argumentelor invocate);
- folosirea rețelei sociale Facebook încurajează un proces deliberativ audiovizual, internauții construindu-și discursuri complexe despre problemele publice și invitându-i pe ceilalți să ia parte la dialog;
- există utilizatori care în urma dezbaterii își schimbă părerea, iar de cele mai multe ori este vorba de cei care s-au implicat și au luat inițiat o poziție, au participat, așadar, activ în procesul deliberativ;
- este promovat dialogul bazat pe argumente raționale, libertatea de exprimare și faptul că orice individ își poate face public punctul de vedere;
- este creat un spațiu *asincronic* și *atemporal*, în care faptul că un utilizator încarcă mai multe opinii nu implică nicidecum limitarea timpului de exprimare a celuilalt sau o mai mare capacitate de influențare a rezultatului discuțiilor –situațiile din cadrul interacțiunilor de pe Facebook diferă foarte mult de cele din *offline* și permit participanților oportunități egale de a-și susține punctul de vedere (Robertson, Vatrapu & Medina, 2010).

Pe de cealaltă parte, sunt invocate și argumente potrivit cărora dinamica fluxurilor comunicaționale de pe rețeaua socială *online* Facebook nu întrunește în totalitate condițiile ideale de comunicare prevăzute de Habermas pentru sistemele democratice (Clemmitt, 2006; Chadwick, 2009; Habermas, 1991; Lumby, 2010; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; Waisanen, 2010). Motivele menționate sunt următoarele:

- există un anumit clivaj între indivizii care au acces la Internet și cei care nu au, accesul și vizibilitatea nu pot fi garantate tuturor;
- noile media contribuie la fragmentarea și izolarea actorilor sociali și în consecință cei ce participă *online* și socializează sunt de fapt

aceia care au același timp de comportament *offline* (nu există un impact democratic);
- dialogurile dintre indivizi nu sunt tocmai raționale;
- există un decalaj între cetățenii care au competențe dezvolate în mediul virtual și cei care nu au;
- discutăm mai degrabă despre o falsă dezbatere, publicurile consolidându-și de fapt poziția inițială;
- Facebook îi încurajează pe utilizatori să dezvolte comunități virtuale, iar acestea sunt caracterizate de o nevoie de standardizare (pozițiile dizidente sunt marginalizate sau contestate puternic fără apel la argumente de ordin rațional);
- utilizarea rețelei sociale Facebook și a altor site-uri similare sporește fenomenul de izolare a indivizilor și uneori aceștia dezvoltă comportamente sociale deviante.

Pentru ca interacțiunile *online* ale utilizatorilor și spațiul comunicațional astfel format să întrunească toate condițiile unei sfere publice, dintr-o perspectivă habermasiană a conceptului, este nevoie să fie îndeplinite următoarele criterii: reflexivitate, sinceritate, înțelegerea poziției celuilalt, critică la adresa normelor raționale și morale de dialog și dorința de a le modela, incluziune și egalitate, autonomie față de stat și presiuni de ordin economic (Dahlberg, 2001b; 2001c; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010). Dahlberg (2001b; 2001c) consideră că în cazul forumurilor din mediul virtual pot fi observate atitudinea critică a participanților și încercările lor de a găsi și implementa condițiile necesare pentru a crea un spațiu de dezbatere, însă celelalte cerințe anterior menționate nu sunt respectate. În acest caz, nu poate fi atestată emergența unui spațiu public *online*. Cu toate acestea, alți cercetători susțin că rețelele sociale și în special Facebook sunt un caz aparte, deoarece ar permite formarea unui spațiu deliberativ, pentru că (Robertson, Vatrapu & Medina, 2010):
- au la bază rețele constituite din *prieteni* (imaginea de sine virtuală nu este foarte diferită de realitate, pentru că este construită astfel încât să fie recunoscută de către cei din listă, pe care-i cunosc și *offline*; așadar identitățile comunicaționale *online* sunt în concordanță cu personalitatea individului);
- din motiv ce activitățile le sunt observate de către *prieteni*, atunci este o probabilitate mai mare ca acestea să reflecte interese și opinii reale și să fie deschise la o schimbare pozitivă;
- oricine poate încărca opinii pe pagina unui candidat politic și, prin urmare, în limitele acestui mediu virtual sunt garantate accesul și

incluziunea, cu mențiunea că și rețeaua interpersonală a fiecăruia poate exercita o anumită presiune socială.

Având în vedere aceste raționamente, putem afirma că site-uri precum Facebook și Twitter îndeplinesc mai multe condițiile de funcționare specifice unui spațiu deliberativ, chiar dacă nu putem elimina în totalitate argumentele contra, cum ar fi clivajul între cetățenii care au competențe în mediul virtual și cei care nu au. În același timp, este important să observăm și practicile de dezbatere construite și promovate prin intermediul rețelelor sociale pentru a putea analiza dacă au un efect democratic sau nu. Acestea urmează să fie investigate în studiul empiric al lucrării de față.

În afară de Dahlberg, o serie de alți cercetători în științe politice au propus la rândul lor criterii pentru a evalua în ce măsură un spațiu comunicațional poate fi considerat ca fiind deliberativ. Potrivit lui White, acestea sunt (Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; White, 1988):

- Fiecare individ are dreptul să participe în discurs.
- Fiecare poate să se îndoiască de orice propunere sau sugestie.
- Fiecare are la rândul lui dreptul să emită opinii sau să vină cu sugestii.
- Oricine poate să-și exprime părerile, dorințele sau nevoile.
- Toți au încredere că rezultatul dezbaterilor va fi unul rezonabil și spre binele comun (este urmărit interesul public).

Pe de altă parte Fishkin susține că într-o democrație deliberativă sunt mai multe șanse ca procesul decizional să-i ajute pe participanți să înțeleagă mai bine problema și să ajungă la un rezultat mai bun când (Fishkin, 1995; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010): toți au dreptul egal de a participa și de a fi auziți, opiniile exprimate reflectă diversitatea intereselor indivizilor și fiecare îl tratează pe celălalt cu respect.

Revenind la problema dacă tehnologiile de comunicare în sine dau mai multă libertate cetățenilor, contribuie la democratizarea societății și creează un spațiu deliberativ, Pfister și Godana (2012) aduc în discuție fenomenul *Primăvara arabă*. În acest context, cercetătorii confirmă faptul că media folosite de către protestatari au fost niște instrumente de deliberare eficiente care au favorizat schimbarea. De pildă, activiștii au trimis mesaje către un număr tot mai mare de cetățeni, i-au implicat în discuții la nivel transnațional legate de probleme socio-politice și, în urma interacțiunilor din mediul virtual, s-au prefigurat soluții și direcții comune de acțiune. Noilea media nu au cauzat propriu-zis schimbarea, ci au susținut eforturile activiștilor. Au funcționat ca un instrument de eliberare. Cetățenii din Egipt, Tunisia, Libia, Orientul Mijlociu și America de Nord au utilizat strategic Facebook, Twitter, YouTube și site-uri locale ca să disemineze

informațiile, să-i mobilizeze pe indivizi să ia parte la proteste, să facă publice abuzurile statului și să aducă în discuție proiecte politice alternative (Pfister & Godana, 2012). Dizidenții au fost la rândul lor mobilizați ca să lupte împotriva cenzurii și să reușească să obțină libertatea de exprimare, iar rețelele sociale au amplificat eforturile lor și rezultatele obținute.

Până într-un anumit punct al acțiunilor protestatarilor, Pfister & Godana (2012) consideră că noile media au creat un spațiu comunicațional deliberativ, dar care nu s-a menținut și după schimbarea puterii. De aceea, ar fi nevoie de eforturi susținute din partea trusturilor internaționale de presă în vederea stimulării deliberării. O singură platformă comunicațională nu este suficientă pentru a atinge idealul democrației deliberative și, de aceea, este necesar să fie dezvoltate și implementate mecanisme capabile să cultive practici bune de discuție critică, pentru a dezbate probleme publice (Pfister & Godana, 2012).

În concluzie, cercetătorii din domeniul politologiei și științelelor comunicării susțin faptul că rețelele sociale prezintă o serie de condiții pentru formarea unui spațiu deliberativ. Însă, fără suficiente date empirice de tip calitativ, nu au putut atesta și o dimensiune *reflexivă*. Aceasta presupune ca participanții să dețină capacitatea de a-și examina critic propriile valori culturale, judecăți, interese, dar și contextul social mai larg de care aparțin (Robertson, Vatrapu & Medina, 2010). Cu toate acestea, ar trebui să observăm și tipurile de dezbatere construite prin intermediul rețelelor sociale și spațiul comunicațional astfel generat.

3.4. Concluzii

În acest capitol, am enunțat două probleme, una referitoare la modul prin care noile media continuă relativizarea dintre spațiul public și cel privat, iar cealaltă la posibilitatea ca rețeaua socială *online* Facebook, în calitate de *dispozitiv* socio-tehnic, să instituie o sferă deliberativă. În încercarea de a oferi răspunsuri, s-au conturat niște tendințe generale. Utilizatorii noilor media au dezvoltat forme de participare simultană *online* și *offline*, acest fapt accentuând hibridizarea sferei publice și emergența unor spații private consolidate. Cu alte cuvinte, rețelele sociale au contribuit la rândul lor la amplificarea acestei direcții evolutive, și anume relativizarea distincției dintre cele două sferi ale vieții sociale.

În legătură cu a doua problemă, au fost observate dificultăți precum existența unor limite de tipul accesului și lipsei oportunitățile egale ale indivizilor de a participa la dialogurile și dezbaterile formate prin intermediul

rețelei sociale Facebook. Aceste aspecte nu ar trebui omise din discuțiile privind posibilitatea formării unui spațiu deliberativ *online*. În plus, în cercetările empirice sunt menționate și alte limite precum fragmentarea și izolarea publicurilor și clivajului dintre indivizii cu acces la Internet și cei fără. Totodată, trebuie aduse în discuție și argumentele pro care susțin existența unor multitudini de spații de comunicare construite prin utilizarea rețelei sociale *Facebook*, iar unele dintre acestea încurajează formarea unui cadru deliberativ, de tip audiovizual (Pfister & Godana, 2012; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; Waisanen, 2010).

Având în vedere toate aspectele problemei, considerăm că nu putem discuta despre o stare de omogenitate a cadrului comunicațional generat prin folosirea unui *site* precum Facebook. În consecință, pot fi observate o diversitate de spații care întrunesc într-o mai mică sau mai mare măsură condițiile democrației deliberative. Mai exact, urmărim să analizăm cum se construiește un cadru de dezbatere unde se conturează poziții diferite care introduc și o formă de angajament. Există posibilitatea ca prin utilizarea rețelelor sociale să se formeze puncte de vedere variate și anumite mecanisme de mediere între acestea (negociere și reguli de dezbatere). Unii utilizatori invocă interesul public în construcția argumentelor lor, fapt ce ar putea fi interpretat ca un mod de a solicita angajamentul celorlalți sau o acțiune de mobilizare adresată unor publicuri variate.

În continuare, în studiul empiric, vom analiza paginile de Facebook ca *dispozitive* socio-tehnice pentru a observa interacțiunea dintre participanți, mecanismele de legitimare a unor probleme publice și cum este construit controlul asupra dezbaterii. Vor fi investigate practicile deliberative dezvoltate de către utilizatori, dar și eventualele spații comunicaționale care întrunesc într-o mai mică măsură condițiile necesare. Pentru a stabili dacă rețeaua socială *online* Facebook contribuie la formarea unei sfere publice virtuale, vom urmări identitățile discursive ale protestatarilor, cum este construită interacțiunea dintre participanți în funcție de anumite teme și evenimente și relația care se formează între media tradiționale și noile media (de pildă dacă sunt preluate pe paginile de Facebook informații din presă, dacă utilizatorii se raportează critic față de jurnaliști etc.).

Partea a doua

Construcția unui spațiu public alternativ prin intermediul Facebook

I. Facebook, analizat ca dispozitiv socio-comunicațional

1.1. Sintetizarea demersului de cercetare

Miza acestei lucrări este de a investiga condițiile de formare ale unei sfere publice virtuale și, în mod special, contribuția rețelelor sociale la construcția unui cadru deliberativ. Prin cadru deliberativ, înțelegem un spațiu comunicațional unde se pot forma puncte de vedere diferite, aflate într-un permanent proces de negociere, și mecanisme de mediere între acestea. Investigând interacțiunile *online* dintre utilizatori rețelei sociale Facebook, urmărim cum sunt construite și negociate problemele publice. Mai mult decât atât, vom examina și tipul de spațiu comunicațional generat pentru a stabili în ce măsură sunt îndeplinite normele unei sfere publice.

În studiul empiric al lucrării, ne propunem să observăm cum este definit interesul public, dacă utilizatorii încearcă să controleze dezbaterea prin impunerea unor puncte de vedere, precum și ce roluri își asumă participanții (devin lideri, moderatori etc.). Va fi analizată interacțiunea prin prisma subiectelor recurente observate pe paginile *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* pentru a constata dacă se formează o anumită stabilitate în jurul unor teme. Acestea devin subiecte importante pe agenda protestatarilor și, în anumite condiții, dau naștere la dezbateri la nivel național, așa cum s-a întâmplat de pildă în cazul protestelor pentru încetarea proiectului minier de la Roșia Montană.

În această lucrare, ne situăm pe o linie de analiză care investighează sfera publică (Vezi primul capitol al lucrării). Până în prezent, rezultatele cercetărilor transdisciplinare – din domenii precum științele comunicării, sociologie și politologie – care studiază spațiul public susțineau

ipoteza că Internetul contribuie la consolidarea societății civice, însă această contribuție nu are, în mod necesar, și un impact transformator democratic la nivelul politicului (Dahlgren, 2001; 2013; Lagerkvist, 2005; Yang, 2003). În cadrul acestor studii, mediul virtual este considerat ca parte integrală a unei sfere publice de tip alternativ care permite formarea unei varietăți de forme de dezbatere și agende de discuție despre interesul public. În același timp, este facilitată organizarea mișcărilor sociale, fiind oferit publicurilor acces la media alternative (Tang&Yang, 2011; Yang, 2003). Prin media alternative înțelegem mijloace de comunicare, inclusiv ziare, reviste, posturi de radio sau de televiziune, ce difuzează discursuri diferite față de cele aparținând grupurilor dominante. În acest mod, este creată o contrapondere, o forță de presiune la adresa structurilor de putere dintr-o anumită societate și implicit a influenței deținute de mass-media oficiale (Couldry&Curran, 2003; Harlow&Harp, 2012).

Aceste cercetări folosesc un mix de metode calitative și cantitative, din care amintim: *guerrilla ethnographer* (Vezi secțiunea despre studiile actuale asupra activismului civic *online* din cadrul capitolului al doilea, unde oferim mai multe detalii despre metodă și studiile științifice menționate.) și sondajele de opinie (Yang, 2003), analiza discursului și sondajele de opinie (Harlow&Harp, 2012) și analiza de conținut și interviurile semistructurate (Dahlberg, 2001a).

Alte cercetări – care investighează spațiul public virtual – din domenii precum sociologia și antropologia au la bază interviuri și observația participativă (Bernal, 2004; 2005). Acestea operează cu o accepție mai largă a conceptului de sferă publică. Este argumentat faptul că dezbaterile raționale nu ar trebui privite ca un criteriu definitoriu în a stabili dacă un spațiu comunicațional îndeplinește condițiile necesare pentru a contribui la formarea unei sfere publice. Potrivit rezultatelor cercetării, mediul virtual este folosit de către publicurile marginalizate pentru a crea o *arenă a conflictului nonviolent* într-un context socio-politic unde violența este utilizată în mod curent, dar are și scopul de a pune în circulație alte discursuri despre problemele publice (Bernal, 2005). În situații tensionate, prin intermediul sferei publice virtuale sunt încurajate și legitimate acțiuni de mobilizare.

Observând cercetările privind spațiu public *online*, constatăm că în literatura de specialitate se studiază mai mult media alternative și cum sunt folosite acestea în construcția unor identități virtuale ale activiștilor, sfera publică transnațională, publicurile marginalizate sau *subalterne*, dar și în ce măsură Internetul poate avea o contribuție democratică la nivel socio-politic (Fraser, 1990; 2014; Harlow&Harp, 2012; Milioni, 2009;

Yang, 2003; 2013). În acest context, prin studiul de față ne situăm într-un demers complementar, deoarece analizăm relația dintre media tradiționale și noile media, identitățile virtuale ale protestatarilor-utilizatori ai rețelei sociale Facebook și dacă se formează, prin interacțiunile internauților, un cadru deliberativ. Vom folosi în principal analiza de dispozitiv, însă pentru unele dimensiuni secundare ale cercetării vom utiliza analiza de discurs.

1.2. Despre dispozitiv

În cea de-a doua parte a lucrării, urmărim să investigăm:

1. Construcția identităților virtuale ale utilizatorilor paginilor de Facebook *Piața Universității* și *Roșia Montană în World UNESCO Heritage*;
2. Interacțiunea dintre utilizatori și tipurile de dezbatere în care se implică internauții;

Prin urmare, ne propunem să răspundem la următoarele întrebări de cercetare:

1. Care este imaginea pe care utilizatorii o construiesc despre ei înșiși?
2. În ce măsură paginile *Piața Universității* și respectiv *Roșia Montană în World UNESCO Heritage* contribuie la formarea unui spațiu deliberativ *online*?

Pentru a atinge aceste obiective, a fost folosită metoda analizei de dispozitiv (Beciu, 2011; Caborn, 2007; Jäger & Maier, 2009; Nel, 1999). Aceasta permite cercetătorului să investigheze nu numai textul încărcat *online* de către utilizatori, ci și resursele comunicaționale materiale, tehnologice, logistice și simbolice. Aplicând analiza de dispozitiv, poate fi observat felul în care toate aceste resurse sunt utilizate strategic astfel încât să creeze un spațiu de interacțiune între participanți. În plus, sunt evidențiate construcțiile identitare. Interacțiunea dintre multiplele elemente care compun ansamblul generează anumite identități pentru actorii sociali implicați. Spre deosebire de analiza de discurs, metoda folosită în cercetarea de față permite observarea relațiilor de putere produse în cadrul dispozitivului și statusurile *online* – cine sunt și cum își construiesc un rol prin intermediul conexiunilor și raporturilor formate în mediul virtual – aparținând participanților (Caborn, 2007). În comparație cu analiza de conținut, această metodă poate fi utilizată și cu scopul de a investiga efectele comunicaționale ale elementelor ce formează dispozitivul

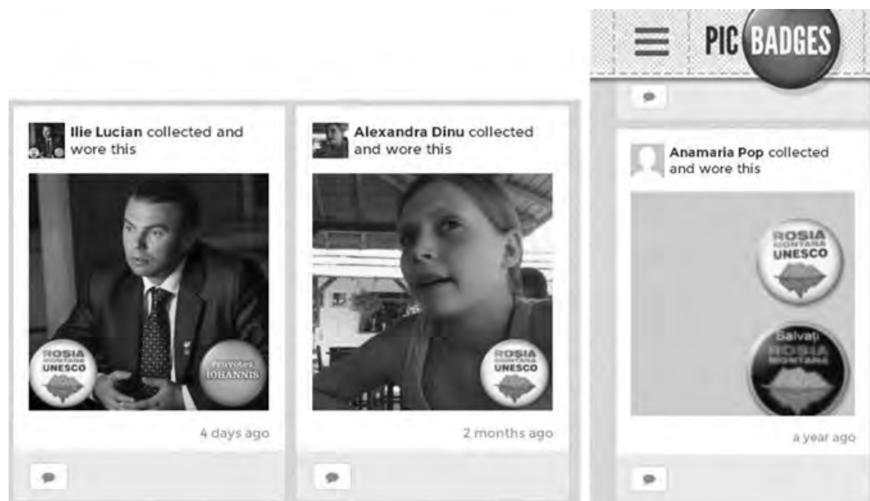
(texte, imagini, resurse simbolice etc.) și identitatea pe care și-o creează comunicatorul în acest mod (Charaudeau, 2005).

Prin resurse cu valoare comunicațională prezente pe această rețea socială înțeleg:

- elementele vizuale de pe pagină (fotografii, poză de profil, *Cover*, organizarea vizuală a informației în pagină, videoclipuri);
- mesajele încărcate de către utilizatori, notițe;
- temele abordate;
- simboluri (de exemplu: lupul dacic, steagul României cu gaură în mijloc, portretul lui Che Guevara, masca Anonymus etc.);
- formele de relaționare între utilizatori și interconectivitatea cu alte resurse de comunicare (de exemplu: trimiteri către *blogguri*, articole din presă, *site*-uri, semnarea de petiții);
- aprecieri ale altor pagini cu un conținut similar (se creează asftel o rețea la nivel transnațional care în anumite cazuri poate fi activată și transformată într-o importantă resursă de comunicare);
- aplicații (de exemplu *Pic Badges*).

Pic Badges este o insignă care se adaugă fotografiei de profil a utilizatorului, astfel încât toți ceilalți ce interacționează cu el pot observa faptul că își exprimă *public* – mai exact prin intermediul rețelei sociale Facebook – susținerea pentru o anumită cauză (Vezi detalii în Anexa 1).

Anexa 1



Prin analiza de dispozitiv, putem atinge următorul **obiectiv de cercetare**: observarea tipului de spațiu comunicațional creat și a practicilor discursive ale utilizatorilor în mediul virtual. Ne propunem să investigăm particularitățile acestui mediu și în ce măsură sunt respectate normele deliberării.

Având în vedere acest obiectiv, prin analiza de dispozitiv urmărim să răspundem următoarelor **întrebări de cercetare**:

1. Cine sunt participanții și cum se negociază regulile dezbaterii?
2. Care sunt relațiile de putere formate și cum se reconfigurează acestea?
3. Cum își construiesc propria imagine virtuală?
4. În ce mod își negociază identitățile comunicaționale?
5. Care sunt mecanismele de legitimare a unor probleme publice (forme de angajament și tipuri de responsabilități contruite în cadrul interacțiunilor dintre participanți) ?
6. Ce practici de dezbatere sunt observate și care sunt cele predominante?

Concepte cheie: Vom operaționaliza prin intermediul analizei de dispozitiv concepte precum: spațiu deliberativ, identități virtuale, relații de putere, moduri de interacțiune și tipuri de dezbatere. Toate aceste practici discursive sunt considerare ca fiind indicatori ai mediului de comunicare creat de către internauți și prin investigarea lor putem stabili în ce măsură rețeaua socială *online* Facebook contribuie la construcția unui spațiu public alternativ. Totodată, vom examina relația care se formează între mass-media tradiționale și noile media în contextul protestelor de amploare din iarna anului 2012 (*Piața Universității*) și a toamnei 2013 (demersurile împotriva proiectului minier de la Roșia Montană).

Corpus pe care vom aplica analiza de dispozitiv este compus din două pagini de Facebook, *Piața Universității* (ianuarie-februarie 2012) și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* (septembrie-octombrie 2013). Mai exact, examinăm:

- 1613 imagini;
- 331 mesaje ale utilizatorilor;
- 134 postări;
- 86 *repere* (postări marcate ca fiind importante);
- secțiunile paginii (scena vizuală a interacțiunii dintre participanți);
- trimiteri și conexiuni către alte resurse virtuale, împreună cu care activiștii formează o rețea mai amplă;
- referiri la articole și programe televizate aparținând mass-mediei tradiționale.

Pentru a înțelege mai bine această metodă de analiză, vom discuta în continuare despre conceptul de *dispozitiv* care îi aparține filosofului francez Michel Foucault (1978). Conceptul a fost dezvoltat pentru a investiga multitudinea relațiilor de putere create și funcționale la nivelul structurii statale pentru a produce și perpetua o strategie de control.

Potrivit lui Foucault (1978), *dispozitivul* reprezintă un ansamblu eterogen format din discursuri, instituții, moduri de amenajare a obiectelor materiale, din legi și reglementări. Cercetătorul va observa natura legăturilor dintre elementele eterogene componente, adică interacțiunea dintre multiplele resurse materiale, tehnologice, logistice și simbolice care alcătuiesc ansamblul. Foucault a subliniat că dispozitivul este un mod de organizare dezvoltat într-un anumit moment pentru a funcționa ca răspuns la o necesitate. Astfel, este marcată funcția lui strategică (Foucault, 1978; Nel, 1999). Într-un dispozitiv, totalitatea elementelor interacționează într-un mod strategic astfel încât să genereze un cadru de comunicare între participanți.

În următorul tabel, poate fi observat felul în care conceptul este operaționalizat din perspectiva unor autori diferiți (Bussolini, 2010; Tenerio, 2011):

Michel Foucault (1978)	„[…] un ansamblu extrem de heterogen care include discursuri, instituții, structuri de tip arhitectural, decizii normative, legi, măsuri administrative, argumente științifice, premise filosofice, morale și filantropice; pe scurt: ceea ce este verbalizat, dar și ceea ce nu, acestea sunt elementele dispozitivului. Dispozitivul este rețeaua de conexiuni strategice dintre acestea.[…] Are o funcție strategică, presupune o intervenție rațională și atent planificată. Dispozitivul este încadrat într-un joc de putere și, în același timp, mereu corelat cu limitele procesului de cunoaștere care derivă din el. Condiționează anumite moduri de cunoaștere, dar este la rândul lui condiționat de către acestea.
Giorgio Agamben (2006)	Dispozitivul este un răspuns la o necesitate. Implică deseori tehnici de tip militar. Termenul de *dispozitiv*, în accepțiunea lui Agamben, are următoarele semnificații: instrument, aparat, mașină sau sistem de orice fel. Este înrudit cu *disponere* (italiană) care înseamnă a stabili termenii, a înființa, a organiza sau a distribui într-un anume mod. Dispozitivul se referă mai degrabă la aranjamentul strategic al elementelor eterogene, acestea având un rol dinamic.

Gilles Deleuze (1989)	Primele două dimensiuni ale dispozitivului sunt: curba vizibilității și cea a enunțării. Dispozitivele determină ceea ce indivizii pot vedea și afirma într-o anumită configurație a forțelor și moment istoric. „Cunoașterea, puterea și subiectul nu au contururi definite o dată pentru totdeauna, ci sunt mai degrabă legături între anumite variabile aflate într-o permanentă luptă."
Teun van Leeuwen (2009)	Pornește de la definiția lui Foucault potrivit căreia discursurile sunt practici care sistematic formează obiectul discuțiilor noastre. Subliniază faptul că discursurile au la bază cogniții sociale în acord cu un anumit context istoric și social ce le imprimă o interpretare nuanțată. Prin urmare, și dispozitivul trebuie înțeles într-un astfel de cadru.

Conceptul dezvoltat de Michel Foucault este folosit cu precădere în domeniul audio-vizualului. Emisiunile televizate sunt considerate *dispozitive* (Beciu, 2011; Lochard & Soulages, 2003). Însă, acest concept poate fi operaționalizat în contextul analizei rețelelor sociale. Paginile de Facebook care compun corpusul acestei lucrări pot fi considerate dispozitive, fiindcă sunt formate din multiple elemente discursive, vizuale sau audio-vizuale și construiesc un cadru de interacțiune – între activiști și utilizatori ai rețelei sociale – cu reguli de funcționare și practici specifice (Grigorași, 2015; Grigorași & Toader, 2013; Grigorași, 2011). În plus, la nivelul dispozitivului se conturează o dimensiune strategică, iar, în cazul de față, strategia urmărită de către protestatari este aceea de a influența opiniile publicului, de a atrage și alți utilizatori care să se alăture acțiunilor și de a constitui o forță de presiune socială.

Regulile de funcționare și practicile specifice formează o microsferă socială (Beciu, 2011). Dispozitivele înglobează semnificații, un limbaj specific, forme de comunicare și relaționare, instituind un mod de relaționare între participanți și o anumită manieră de a discuta despre problemele publice. Prin aplicarea metodei la o pagină de Facebook, vom putea evidenția două lumi virtuale (*Piața Universității* și *Roșia Montană*), adică două spații de comunicare diferite cu practici socio-culturale de comunicare și ritualuri specifice. Ne propunem să discutăm și despre potențialele efecte ale resurselor cu valoare comunicațională ale dispozitivului. Astfel, va putea fi observat tipul de spațiu comunicațional format prin utilizarea rețelei sociale Facebook și mecanismele sale de vizibilitate și de dezbatere.

Cercetarea de față nu este singura care pornește de la premisa că un *site* precum Facebook poate fi considerat *dispozitiv* și analizat ca atare.

Argumentele ce susțin această poziție sunt următoarele (Grigorași, 2015; Grigorași & Toader, 2013; Grigorași, 2011):

- paginile de Facebook sunt formate din multiple elemente discursive, vizuale sau audio-vizuale care construiesc un cadru de interacțiune între utilizatori (activiști civici, simplii protestatari, jurnaliști, actori publici etc.);
- resursele verbale, materiale, logistice și simbolice interacționează într-un mod strategic;
- este creat un spațiu social cu reguli și practici specifice;
- prin intermediul dispozitivului, sunt generate identități comunicaționale participanților.

În studiul empiric, va fi examinată pagina de Facebook în decursul a două luni de zile, ianuarie și februarie 2012. Această secvență temporală a fost selectată pentru că reprezintă începutul unui fenomen social cu multiple consecințe în societatea românească la nivel social și politic. Printre urmările protestelor naționale și transnaționale am putea menționa demisia Guvernului Boc și a ministrului de externe Teodor Baconschi și rechemarea lui Raed Arafat în funcția de subsecretar de stat la Ministerul Sănătății. În această cercetare ne referim la consecințe mai puțin vizibile, cum ar fi contribuția rețelelor sociale la construcția unei sfere publice virtuale în acest context socio-politic și raporturile formate între mass-media tradiționale și noile media.

Vom analiza dispozitivul socio-tehnic Facebook din punct de vedere structural pentru a investiga interacțiunea dintre multiplele elemente eterogene care compun ansamblul și tipul de spațiu comunicațional astfel generat. Ulterior, vom decupa un minicorpus (interacțiuni și dezbateri observate pe pagina *Piața Universității*) și vom realiza o analiză mai aprofundată. Prin acest demers analitic urmărim:

- cine se impune în cadrul interacțiunilor și ce strategii au utilizat;
- dacă există tentative de generare a unor ierarhii;
- dacă se impun lideri și pot fi observate încercări de delegitimare a acestora;
- mecanismele calitative de formare a unui spațiu deliberativ (de exemplu regulile dezbaterii, o formă de mediere între diferitele puncte de vedere și construcția unor identități virtuale);
- ce particularități apar *online* într-un astfel de cadru de dialog și implicațiile asupra formării sferei publice virtuale.

Identificăm practicile deliberative, dar și anumite spații comunicaționale care nu îndeplinisc normele necesare. Ceea ce urmărim este să observăm dacă, prin utilizarea paginilor de Facebook, se formează puncte de vedere diferite, mecanisme funcționale de mediere și este construită la nivel discursiv o responsabilitate colectivă atribuită publicurile implicate (Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; Waisanen, 2010).

Cu alte cuvinte, cercetarea are două etape:

- Analizăm pagina de Facebook *Piața Universității* ca dispozitiv socio-tehnic pentru a observa cum funcționează și în ce tip de spațiu comunicațional îl proiectează pe utilizator;
- Introducem o dimensiune calitativă a analizei, care izolează interacțiunea dintre utilizatori, decupând un corpus exploratoriu pentru a examina practicile de dezbatere emergente (comparăm datele observate pe paginile de Facebook *Piața Universității* și *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*).

Pentru pagina *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* datele au fost culese în perioada septembrie-octombrie 2013, deoarece atunci a fost un moment de efervescență pe plan social când protestatarii au organizat manifestații ample în 50 de orașe din România și au participat peste 200.000 de cetățeni[1]. Protestele pe care le analizăm au atras susținători din toată lumea, activiști interesați de problemele legate de mediu, dar și anticorporatiști, și au captat atenția presei internaționale. Prin conținutul încărcat *online*, s-a încercat influențarea opiniei publice la nivel internațional.

Analiza de dispozitiv este o metodă care se folosește cu precădere în științele sociale. Prin aplicarea ei la un corpus dat, sunt investigate identitățile comunicaționale ale actorilor sociali, construcțiile discursive, efectele de discurs generate prin intermediul dispozitivului și relațiile de putere. În următorul tabel, vom prezenta cercetări diverse ce au la bază această metodă.

1. http://ireport.cnn.com/docs/DOC-1051083, accesat la data de 11.02.2015, 11:01.

Domeniul de studiu	**Obiective**	**Principalele întrebări de cercetare**	**Concepte importante**	**Metodă**	**Corpus**	**Rezultate**
Studii despre memorie (Basu, 2011)	Investigarea construcțiilor identitare și a procesului de negociere dintre relațiile care se formează între media, temporalitate și putere.	1. Cum transmisiunile media, temporalitatea și puterea contribuie la formarea memoriei unui grup? 2. Cum interacționează aceste categorii în cadrul unui *dispozitiv de memorie.*	*Memorie construită cultural* *Dispozitiv* Identitate națională Ideologie	Analiza dispozitivului de memorie a unui grup	Studiu de caz: proscrisul și eroul național Ned Kelly (suveniruri, atracții turistice, reclame, fan cluburi *online*, articole din presă și artă stradală)	• Memoria a ajuns să fie un produs comercial pe măsură ce a suferit procesul de globalizare, semnificațiile devenind fluide, lipsite de istoricitate și separate de națiunea de apartenență; • Memoria este construită prin rețele interpersonale și aparține unui prezent continuu; • *Memoria culturală* despre Kelly este complet fragmentară, aplatizată și fitișizată, scopul urmărit fiind de a obține profit.
Discursul și efectele sale; subiectivita-te (Springer & Clinton, 2013)	Investigarea efectelor pe care discursului îl are asupra subiectivității asistenților medicali cu rol de lider de opinie.	1. Care sunt efectele de discurs din industria farmaceutică asupra asistenților medicali? 2. Ce rol le este atribuit asistenților? 3. Care sunt efectele posibile induse asupra întregii industrii de medicamente?	Subiectivitate *Tehnologii care construiesc sinele* Efecte discursive *Dispozitiv*	Analiza de dispozitiv a efectelor discursive produse de discursul despre industria farmaceutică	Discursurile asistenților medicali, la ce anume aspiră să devină pe plan profesional	• Asistenții medicali ajung susținători influenți ai unor medicamente, instrumente eficiente de persuasiune și supraveghere; • Ca subiecți, asistenții medicali devin instrumente de control în industria farmaceutică; • Dețin rolul de aliați ai reprezentanților industriei și agenți de vânzare; • Își atribuie mai multă cunoaștere în domeniul medical.

Sfera publică virtuală și construcția identităților *online* (Grigorași, 2015)	Investigarea modului în care utilizatorii formează discursuri despre ei înșiși, media și politicieni și formele de dezbatere emergente	1. Care este imaginea pe care utilizatorii de *Facebook* o construiesc despre ei înșiși, clasa politică și media? 2. În ce măsură pagina *Piața Universității* poate fi considerată un spațiu deliberativ?	Sferă publică virtuală Construcții identitare *Dispozitiv*	Analiza de dispozitiv, operaționali-zată pe cinci dimensiuni de investigare: 1. tipologia internauților; 2. scena vizuală; 3.practicile de interacțiune; 4. spațiul social; 5.tematica informațiilor încărcate.	Pagina de *Facebook Piața Universității* (ianuarie-februarie 2012)	• Pagina a fost construită ca să funcționeze precum un spațiu deschis (acces și participare egală), în care dezbaterile sunt stimulate; • Identitățile virtuale construite sunt extrem de eterogene și formează o rețea care poate fi asemănată unui *puzzle*; • Dispozitivul *Piața Universității* creează conexiuni și alianțe între diverse domenii de activitate.
Discursul politic pe *Facebook* (Grigorași & Toader, 2014)	Identificarea similarităților și a diferențelor dintre practicile discursive *online* ale politicienilor și cele din talk show-uri	1. În cazul comunicării politice *online* din România, se observă tendința de personalizare și negativizare a discursului? 2. Care sunt similaritățile și diferențele dintre paginile de Facebook ale politicienilor și comunicarea politică în talk show-uri, în ceea ce privește personalizarea? 3. Ce dimensiuni ale personalizării sunt predominante pe *Facebook* și cu ce efecte?	*Ipoteza normalizării discursive* *Facebook* *Dispozitiv*	Analiza de dispozitiv folosită pentru investigarea discursului televizual și a comunicării politice *online*	2 pagini de *Facebook*: Victor Ponta și Cezar Preda (februarie-martie 2013) 10 talk show-uri difuzate între 17.00 și 22.00 la Realitatea TV și România TV, în care apăreau Victor Ponta și Cezar Preda (februarie-martie 2013)	• Ambii politicieni au adoptat *online* un discurs personalizat și cu un caracter negativ; • Discursul televizual este mai degrabă negativ și mai puțin personalizat în comparație cu cel promovat prin intermediul *Facebook*; • Prin personalizarea discursului *online*, Victor Ponta își creează imaginea unui om de stat puternic având legături solide cu liderii europeni; • Cezar Preda nu dezvăluie *online* informații personale și oferă puține date despre activitatea profesională.

1.3. Corpusul investigației

Construcția unui spațiu public alternativ prin intermediul rețelei sociale Facebook este analizată pornind de la activitatea susținătorilor a două pagini, mai exact:
- *Piața Universității*, în lunile ianuarie și februarie 2012;
- *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*, septembrie-octombrie 2013.

Aceste pagini au fost alese luând în considerare numărul de susținători, peste 30.000 în cazul *Piața Universității* în primele zile ale protestelor și peste 41.000 în iunie 2015, iar în ceea ce privește *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* discutăm despre 153.000 utilizatori ce-i urmăreau activitatea în toamna lui 2013 și 152.000 în prezent. Alte criterii au fost rețeaua de conexiuni formată împreună cu alte resurse de comunicare *online* ce asigură vizibilitate (trimiteri către *blog*-uri, *site*-uri, alte rețele sociale etc.) și dinamica (multitudinea de preluări, *Like*-uri și comentarii).

Am urmărit resursele cu valoare comunicațională, mai exact conținutul vizual (fotografie de profil, *copertă*, imagini), verbal (mesaje, notițe, revendicări ale protestatarilor scrise pe diverse pancarte și încărcate *online* etc.), modul prin care sunt amplasate aceste elemente în pagină și interacțiunile dintre utilizatori (pentru a observa practicile de dezbatere). Examinând corpusul, putem analiza comparativ practicile de dezbatere și tipul de spațiu comunicațional generat prin utilizarea paginilor de Facebook *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*. Vom observa în ce măsură discutăm despre un cadru deliberativ format *online*.

Interpretarea datelor va permite evidențierea următoarelor aspecte:
- Temele recurente abordate de către protestatari;
- Identitățile virtuale construite despre cetățenii care protestează, clasa politică și mass-media;
- Relația care se formează între media tradiționale și noile media, pentru a argumenta dacă acest spațiu este unul critic față de sistemul mediatic;
- Dacă se creează sau nu o dezbatere la nivel național (este important să observăm dacă există premisele formării unui spațiu publicul virtual sau discutăm mai degrabă de o *enclavă*, membrii acesteia își mențin o stare de izolare de restul societății și nu reușesc să își aducă problemele pe agenda publică);
- Cât de democratic este cadrul comunicațional observat; cu alte cuvinte dacă există indivizi sau grupuri discriminate, cărora li se interzice accesul.

Am încercat să identificăm o anumită stabilitate la nivelul unor teme importante pentru protestatari și practici de interacțiune. Totodată, am urmărit dacă există actori sociali care se impun, devin lideri prin dezbatere și instituie niște discursuri.

Corpusul este format din 831 imagini vizuale în cazul *Piața Universității* și respectiv 782 pentru *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*. Sunt încărcate pe prima pagină observată 331 de mesaje ale utilizatorilor și 119 postări (mesaje încărcate de către administratorii paginii), la care se adaugă 54 de *Repere* (mesaje postate sub numele de *Piața Universității* și marcate ca fiind importante). La toate acestea trebuie luate în considerare și comentariile internauților și numărul de distribuiri. De pildă, un singur mesaj încărcat de către administratori a avut 10.041 de *Like*-uri (aprecieri), 3549 de distribuiri și a generat nu mai puțin de 1232 de comentarii (Vezi mai multe detalii în Anexa 2, mai jos). Trebuie precizat faptul că în perioada ianuarie-februarie 2012 numărul real de mesaje, aprecieri și preluări a fost mai mare (au fost observați utilizatori care au dat *Unlike* sau au șterse mesajele). Impactul a fost mai mare decât ceea ce reiese din preluarea datelor în momentul finalizării acestei cercetări (iunie-iulie 2015).

În schimb, pe pagina *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* au fost observate doar 15 de postări și 32 de repere (mesaje încărcate de către administratorii paginii și marcate prin simbolul * pentru importanța lor).

Anexa 2



Numărul real de mesaje ale utilizatorilor nu a putut fi stabilit, deoarece pagina nu încarcă mesajele din urmă, ci doar pe cele din prezent (setările Facebook au fost schimbate și diferă de cele din toamna anului 2013). În analiza sferei publice virtuale, au fost luate în considerare și comentariile internauților pentru a observa modurile de interacțiune. Sunt analizate în total de 2586 comentarii. Ulterior, vom putea argumenta în ce măsură rețeaua socială *online* Facebook contribuie la formarea unui spațiu deliberativ.

Pentru a putea înțelege mai bine fenomenele sociale analizate, vom ține cont și de contextul în care au avut loc evenimentele și impactul produs asupra discursurilor distribuite prin rețelele sociale online.

În iarna anului 2012, în timp ce România se afla în recesiune, Guvernul Boc a impus majorarea taxelor, a micșorat bugetul pentru sectorul public și a redus ajutoarele sociale. În ceea ce privește instituțiile statului, cetățenii erau nemulțumiți din pricina corupției larg răspândite și a nepotismului[1]. În luna ianuarie 2012, rata șomajului era de 5,26%, în creștere față de anul precedent[2]. Măsurile de austeritate au contribuit la scăderea încrederii în Guvernul Boc și în președintele Traian Băsescu. Guvernanții au susținut o reformă a sistemului sanitar care prevedea, printre altele, ca operatorii privați să poată asigura la rândul lor serviciul de urgență. În acest context, doctorul Raed Arafat, pe atunci subsecretar de stat în Ministerul Sănătății Publice, a susținut la un post de televiziune că acest serviciu funcționează bine, iar apariția unor firme private îl va destabiliza. În data de 10 ianuarie 2012, Raed Arafat a fost nevoit să demisioneze după ce președintele Traian Băsescu i-a criticat vehement poziția legată de reforma în sistemul de sănătate.

Primele proteste au izbucnit pe 12 ianuarie în Târgu Mureș și au continuat în capitală și în marile orașe ale României. În următoarele zile, cetățenii au protestat în 52 de localități[3]. Manifestații similare au avut loc și în diaspora. Printre cauzele care au condus la aceste evenimente se enumeră creșterea taxelor, reducerea salariilor, costurile mari ale cheltuielilor de zi cu zi, șomajul, corupția, problemele din sistemul de sănătate,

---

1. http://www.nytimes.com/2012/01/16/world/europe/romanians-protest-austerity-measures.html?_r=0, accesat la data de 12.01.2015, 14:03.

2. http://www.zf.ro/infografice/evolutia-ratei-somajului-in-romania-sursa-anofm-8881453, accesat la data de 12.01.2015, 14:34.

3. http://www.mediafax.ro/social/bilantul-protestelor-de-luni-13-000-de-manifestanti-in-52-de-localitati-un-intreg-arsenal-descoperit-la-protestatari-din-capitala-9152022, accesat la data de 12.01.2015, 14:54.

scăderea încrederii în președintele Traian Băsescu și în întreaga clasă politică[1]. Protestatarii au cerut repunerea în funcție a lui Raed Arafat, retragerea proiectului de reformare a legii sănătății, demisia conducătorului statului și a Guvernului Boc.

Așa cum am discutat și în cadrul analitic al lucrării, protestele izbucnesc și iau amploare în strânsă relație cu mediul politic, iar reacțiile și acțiunile politicienilor determină cursul măsurilor adoptate de către activiști. Faptul că au loc manifestații la nivel național, dar și în Diasporă poate fi explicat prin existența unei societăți civice latente care a reacționat abia după ce o serie de cauze s-au succedat, reforma propusă pentru sistemul de sănătate fiind practic ultima dintre ele, dar nu și cea mai importantă.

În următoarele rânduri, vom prezenta contextul mediatic în care s-au produs evenimentele. Reducerile salariale și de personal din media au avut printre cauze recesiunea economică și o dependență accentuată față de domeniul politicului corelată cu scăderea încrederii cetățenilor în informațiile publicate. Au existat trusturi de presă și publicații finanțate din banii actorilor publici (oameni de afaceri și/sau politicieni) și, în consecință, erau promovate interesele acestora. Calitatea articolelor a scăzut, iar ceea ce primează este senzaționalul și informațiile de tip cancan, pentru că acestea aduc mai mult trafic și implicit venituri suplimentare în bugetul publicațiilor. În acest context, apar criticile legate de lipsa de obiectivitate a trusturilor de presă și comunități de reporteri independenți precum Casa Jurnalismului[2]. Aceștia din urmă se folosesc de rețelele sociale pentru a-și distribui materialele (reportaje, investigații și proiecte multimedia). Utilizatorii unor platforme *online* precum Facebook și Twitter intră de multe ori în contact cu perspective alternative asupra evenimentelor din țară, fapt ce-i determină cu timpul să adopte o atitudine critică privind informațiile publicate de către mass-media tradiționale (Poell & Borra, 2011).

La același context mediatic trebuie să ne raportăm când discutăm despre protestele din toamna anului 2013 pentru încetarea proiectului minier de la Roșia Montană. Compania canadiană Gabriel Resources încerca din 1999 să demareze exploatările în zonă, însă s-a confruntat cu probleme de legislație și cu opoziția opiniei publice[3]. Activiștii susțin

1. http://edition.cnn.com/2012/01/14/world/europe/romania-protests/index.html, accesat la data de 13.01.2015, 10:03.
2. http://casajurnalistului.ro/despre/, accesat la data de 13.01.2015, 10:04.
3. http://www.huffingtonpost.co.uk/stephen-mcgrath/rosia-montana-and-dirty-p_b_4123235.html, accesat la data de 13.01.2015, 10:12.

că atât reprezentanții Gabriel Resources cât și o parte dintre politicieni, printre care premierul Victor Ponta și fostul președinte al României Traian Băsescu, dezinformează populația în legătură cu numărul real de joburi ce vor fi create, impactul asupra mediului și conservarea vestigiilor romane, o mare parte dintre acestea urmând să fie de fapt distruse[1]. În plus, presa și posturile de televiziune au semnat contacte importante și vând spațiu de publicitate companiei canadiene, iar aceasta își desfășoară, folosindu-se de relații din mass-media, campaniile de PR pentru a influența opinia publică în vederea începerii exploatării. În acest context, activiștii ridică semne de întrebare în legătură cu obiectivitatea jurnaliștilor și dacă aceștia pot prezenta corect informațiile cetățenilor sau se lasă cumpărați. Prin canale de comunicare alternative, *site*-uri, *blog*-uri, pagini de Facebook și chiar ziare tipărite, este construită opoziția față de proiect. În același timp, sunt reprezentați la nivelul discursului actorii publici. Politicienii direct implicați în susținerea acestui proiect sunt prezentați ca fiind susceptibili de a nu acționa în beneficiul cetățenilor și ar putea cădea la o învoială cu Gabriel Resources. Pe de altă parte, informațiile publicate de jurnaliști sunt tratate în spirit critic de către activiști.

Sunt aduse în atenția opiniei publice o serie de informații prezentate trunchiat de susținătorii proiectului. În perioada în care analizăm datele de pe paginile de Facebook investigate, un moment de vârf al discuțiilor publice a fost în septembrie 2013 când prezentatorul TVR Moise Guran îl confruntă pe Victor Ponta într-o *Ediție specială* întrebându-l cum se poate ca un fost procuror, doctor în drept și avocat să susțină un proiect anti-constituțional. În plus, îl întreabă dacă știe că vreun politician a luat șpagă de la Gabriel Resources, iar răspunsul premierului este că probabil reprezentanții companiei au cumpărat politicieni[2]. În timp ce emisiunea se difuzează la TVR, rețelele sociale preiau o mare parte din informații, le diseminează, utilizatorii sunt îndemnați să deschidă televizorul, dezbaterile continuă în *online* și tot mai mulți internauți își exprimă susținerea și admirația față de Moise Guran. În decursul aceleeași zile, 16 septembrie, dezbaterea este încărcată pe YouTube.

Atât în cazul Roșia Montană cât și în cel al protestelor din iarna anului 2012 din Piața Universității, rețelele sociale au jucat un rol important pentru că ofereau utilizatorilor informații auxiliare și erau folosite de

1. https://www.facebook.com/rosia.montana.in.unesco/info?tab=page_info, acce-sat la data de 13.01.2015, 11:03.

2. https://www.youtube.com/watch?v=4gP4KBdFogQ, accesat la data de 13.01.2015, 11:43.

către activiști pentru diseminare, organizare și mobilizare. În contextul unor nemulțumiri în creștere ale populației, iarna lui 2012 a fost practic pretextul pentru manifestații de amploare, iar exploatările de la Roșia Montană au antrenat, de fapt, o serie de probleme socio-politice având o lungă tradiție în societatea românească (corupție, exploatări ilegale, poluarea mediului).

1.4. Instrumentul de cercetare

În această lucrare, vom investiga sfera publică virtuală în funcție de două dimensiuni de analiză:

- relația ce se formează cu mass-media tradiționale – ca resurse de comunicare care consolidează poziția grupurilor dominante – și tot ce înseamnă *contrapublicuri*;
- mecanismele de dezbatere pe probleme de interes public.

Pentru pagina de Facebook *Piața Universității*, propunem următoarea grilă de analiză:

(a) Dimensiunea istorică a paginii

(i) Încadrarea ei în genul pagină și particularitățile specifice

(ii) Etapele evolutive ale paginii

Vom analiza etapele succcesive ale evoluției paginii și caracteristicile esențiale care o delimitează de categoria de profil de Facebook. Analiza evidențiază cum sunt folosite aceste caracteristici în mod strategic și dacă se constată intervenția unui *web designer* (informatician care creează funcții adiționale cu impact grafic adăugate pe pagină), ceea ce implică faptul că administratorii paginii își doresc să marcheze un anumit tip de conținut încărcat *online*. Astfel, este conturată o poziție privind protestele din stradă și sunt transmise implicit imagini despre protestatari.

(b) Orientarea tematică a mesajelor

Prin această dimensiune, analiza urmărește principalele subiecte abordate de către protestatari. Astfel, este construită agenda acestora. Analiza examinează felul în care se formează imaginea protestatarilor prin intermediul informațiilor transmise utilizatorilor rețelei sociale Facebook. Am avut în vedere următorii indicatori: temele recurente, tipul de conținut încărcat pe pagină (verbal, vizual sau audio) și categoriile de formulări observate (mesaje care urmăresc implicarea publicului, solicită opinii ori argumente sau au scopul de a crea conexiuni între diverși utilizatori).

(c) Structura paginii

Observăm cuprinsul paginii de Facebook şi care sunt secţiunile care generează cele mai multe comentarii şi informaţii preluate. Modul de amplasare al rubricilor creează un cadru de interacţiune, un spaţiu de comunicare şi anumite identităţi discursive aparţinând participanţilor. Este detaliată structura şi efectele de discurs generate.

(d) Interacţiune şi interactivitate

(i) Ce roluri îşi atribuie utilizatorii în cadrul interacţiunilor?
(ii) Participarea este liberă şi egală pentru toţi sau există actori/grupuri sociale marginalizate (cât de democratic este acest spaţiu)?
(iii) Cum sunt conectate paginile la alte resurse comunicaţionale (de exemplu secţiune pe Wikipedia despre protestele legate de începerea proiectului minier de la Roşia Montană sau despre protestele din România postcomunistă, blogguri, articole din presă, jurnale tv în care se relatează despre evenimente etc.)?

La această dimensiune a analizei observăm dezbaterea, spaţiul comunicaţional astfel creat, cât de democratic este acesta şi ce tip de reţea socială este construită prin interacţiunile utilizatorilor. Totodată, sunt observate şi efectele de discurs generate.

Printre indicatorii avuţi în vedere pentru a observa rolurile formate în cadrul dezbaterii menţionăm categorii de limbaj care instituie relaţii de putere. Astfel de categorii de limbaj sunt: construcţii verbale (*ajută-ne*, *au obligaţia*, *să îşi ştie drepturile*, *să nu se lase impresionaţi*), pronume, adverbe (*trebuie*) şi locuţiuni adverbiale (*păcat că*). Prin intermediul lor, actorii sociali încearcă să îşi construiască la nivel discursiv un status social şi să sublinieze faptul că deţin o formă de putere (socială, politică, simbolică etc. sau transmit publicurilor reţelei sociale Facebook că ei se află într-o poziţie de putere).

Pentru a stabili în ce măsură participarea utilizatorilor la discuţiile *online* este sau nu liberă şi egală, urmărim dacă:

- sunt comentarii şterse;
- pot fi observaţi utilizatori cărora le este interzis accesul.

(e) Spaţiul social (identităţile virtuale ale protestatarilor construite prin intermediul reţelei sociale Facebook, urmărim cum îşi construiesc discursul despre ei înşişi prin naraţiuni strategice)

Această dimensiune pune în evidenţă identitatea pe care şi-o asumă protestatarii în cadrul dispozitivului, identitatea atribuită participanţilor

prin intermediul paginilor de Facebook și imaginea transmisă despre sistemul mass-media.

(f) Scena vizuală

Analizăm principalele resurse vizuale ale paginilor (fotografie de profil, *copertă*, imagini iconice etc.) și felul în care sunt gestionate în mod strategic pentru a crea un spațiu de interacțiune între participanți. Totodată, sunt aduse în discuție identitățile comunicaționale construite pentru utilizatorii-protestatari.

(g) Repertoriul acțiunilor de protest

Această dimensiune are în vedere tipul de acțiuni de protest întreprinse, în care categorie pot fi încadrate, cu tradiție – nou-apărute datorită Internetului, discursive sau nondiscursive (Vezi secțiunea *Repertoriul acțiunilor de protest din mediul digital* din cadrul capitolului al doilea) – și ce tip de imagine își construiesc protestatarii în acest mod.

(h) *Piața Universității* ca microspațiu social: cum este folosită pagina de Facebook ca dispozitiv și în ce măsură contribuie la formarea unui spațiu public virtual?

Observăm întregul dispozitiv și cum funcționează acesta în mod strategic. Discutăm ce tip de spațiu comunicațional este construit și care sunt identitățile discursive ale protestatarilor-utilizatori.

Pentru o investigare mai aprofundată a practicilor de dezbatere observate pe paginile *Piața Universității* și *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* am realizat următoarea grilă de analiză:

(i) *Ce actori sociali reușesc să se impună ca lideri și ce strategii au utilizat?*

Această dimensiune a analizei are în vedere construcțiile verbale (verbe, adverbe, pronume, substantive) prin care anumiți utilizatori își creează un statut de putere recunoscut de către ceilalți. Astfel, la nivel discursiv liderului de opinie îi este conferită legitimitate.

(ii) *Ce roluri își atribuie utilizatorii în dezbatere (devin lideri, mediatori)?*

Observăm rolurile create prin dezbatere, dacă prin discursurile lor își construiesc imaginea de lideri, moderatori sau cetățeni responsabili interesați să rezolve problemele publice. Sunt investigate tipul de resurse folosite și cum sunt utilizate acestea în mod strategic.

(iii) *Sunt observate tentative de delegitimare a liderilor?*

Analiza urmărește dacă sunt invocate motive sau argumente care au rolul de a destabiliza statutul social virtual sau puterea simbolică *online* deținută de anumiți utilizatori.

(iv) *Putem identifica o anumită continuitate la nivelul unor teme abordate sau practici de dezbatere?*

Urmărim subiectele care se impun (problemele cele mai importante din perspective utilizatorilor-protestatari) și formele de dezbatere predominante (inclusiv particularitățile acestora).

(v) *Cum este construit controlul asupra dezbaterii (forme de mediere între puncte de vedere diferite)?*

Sunt analizate: relațiile de putere care se stabilesc la nivelul interacțiunii dintre utilizatori, strategii verbale și ce tip de cunoaștere este legitimată și promovată (factuală, de tip expert sau o formă hibridă între acestea) și cum sunt mobilizați alți internauți să se implice în acțiuni și să distribuie informațiile de pe paginile de Facebook.

(vi) *Ce particularități apar online într-un astfel de cadru de dialog și care sunt implicațiile asupra formării sferei publice virtuale?*

La nivelul acestei dimensiuni de analiză, urmărim ce anume este specific unui astfel de mediu de comunicare, cum sunt schimbate concepte precum *cetățenia* sau *democrația reprezentativă* și discutăm posibilele consecințe asupra spațiului public.

1.5. Limitele *designului* metodologic

Analiza de dispozitiv este o metodă aplicată pentru a investiga discursul televizual, iar în acest studiu este utilizată în contextul comunicării *online* prin intermediul rețelelor sociale. Rezultatele obținute în urma interpretării datelor nu pot fi generalizate, cercetătorul formulând doar ipoteze despre posibilele efecte discursive legate de modul în care activiștii aduc în atenția utilizatorilor o anumită viziune a evenimentelor produse, un tip de abordare a problemelor și un mod de dezbatere și de construcție a identităților sociale (Beciu, 2011). Astfel, efectele discursive ale resurselor comunicaționale (text, imagini, clipuri video, simboluri etc.) utilizate de către protestatari pot fi ipoteze de lucru pentru alte cercetări științifice.

Dimensiunile reduse ale corpusului nu permit generalizarea rezultatelor la întregul fenomen al mișcărilor sociale și al activismului civic *online* din România. Cu toate acestea, menționăm că demersul analitic pune în evidență o anumită evoluție a evenimentelor investigate, dar și a practicilor discursive și de dezbatere din mediul virtual. Studiul de față

reliefează direcțiile viitoare de cercetare în legătură cu sfera publică virtuală, publicuri contestatare și activism civic *online*.

O altă limită de cercetare este perioada de timp redusă în care au fost examinate datele, două luni, mai exact: ianuarie-februarie 2012 pentru pagina de Facebook *Piața Universității* și septembrie-octombrie 2013 pentru *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*. Cu toate acestea, pentru acuratețea rezultatelor, în interpretarea lor a fost luat în considerare un interval temporal mai mare: primele șase luni în cazul *Piața Universității* (ianuarie-iunie 2012) și următoarele patru luni (noiembrie 2013-februarie 2014) în ceea ce privește protestele pentru încetarea proiectului minier. Aceste proteste de amploare nu au dispărut cu totul la un moment dat, ci fenomenele în sine au suferit transformări. Discutăm mai degrabă de o continuitate decât de acțiuni izolate fără urmări pe plan politic, social și instituțional. Prin urmare, aceste mișcări sau inițiative civice ale cetățenilor cresc în amploare sau evoluează într-un mod specific.

În ceea ce privește *designul* metodologic, putem afirma că acest tip de analiză se diferențiază prin faptul că ia în considerare atât capitalul vizual al paginilor de Facebook (secțiunile paginii, imagini iconice, fotografii simbolice, poze de profil, copertă), cât și cel verbal generat de discursul protestatarilor. În plus, metodele folosite permit o cercetare complexă asupra fenomenului activismului civic *online*. Studiul empiric evidențiază și totodată discută efectele discursive rezultate în urma interacțiunii dintre utilizatori și a modului de gestionare strategică al resurselor eterogene ce formează dispozitivul. Interpretarea datelor va permite observarea identităților comunicaționale construite prin intermediul paginilor de Facebook. Cu alte cuvinte, este investigat un discurs identitar, de tipul *cine sunt participanții la proteste*. Rezultatele studiului evidențiază anumite atribute de imagine ale protestatarilor în mediul virtual și temele de pe agenda lor. În cazul în care aceste subiecte sunt preluate și în mass-media tradiționale, putem discuta despre contribuția rețelelor sociale în crearea unui context favorabil pentru o dezbatere la nivel național, pe un anumit subiect de interes comun.

Studiul de față relevă în ce măsură comunicarea *online* poate contribui la un proiect democratic prin susținerea inițiativelor civice și a dialogului social dintre diverse categorii sociale sau, din contra, dacă se constată un proces de fragmentare a publicurilor. În urma analizei datelor, identificăm spații comunicaționale care întrunesc normele deliberării (se pot forma puncte de vedere diferite, există mecanisme de mediere dintre acestea și, la nivel discursiv, este construit interesul public), dar și forme de dezbatere mai puțin deliberative.

II. Spațiul deliberativ construit prin intermediul paginii *Piața Universității*

În cadrul teoretic al acestei lucrări, am discutat despre sfera publică, activism civic *online* și contribuția rețelelor sociale la construcția unui spațiu deliberativ. În studiul empiric, vom examina paginile de Facebook *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*. Urmărim să investigăm, în special, identitățile virtuale create, practicile de dezbatere și tipul de spațiu comunicațional generat. Ulterior, vom stabili în ce măsură paginile analizate contribuie la formarea unui cadru de deliberare.

Toate dimensiunile de analiză – printre care se enumeră cea istorică, tematică și scena vizuală a dezbaterii – își aduc o contribuție în construcția unei sfere deliberative, însă în instrumentul de cercetare am introdus o categorie distinctă numită *sfera deliberativă* care delimitează practicile de dezbatere și mecanismele de legitimare a problemelor publice. În același timp, studiul de față analizează la nivelul fiecărei dimensiuni ale dispozitivului implicațiile asupra procesului de deliberare.

Pagina *Piața Universității* are o anumită evoluție în timp, semnalată și prin grila cronologică atașată în primăvara anului 2012, după perioada în care sunt examinate datele. Este indicat faptul că fenomenul social nu a început în iarna lui 2012 și nici nu a luat sfârșit când au încetat protestele. Mai multe, vom discuta în următoarea secțiune.

2.1. Istoricitatea paginii

Informațiile încărcate pe paginile de Facebook au un caracter public. Companiile le utilizează pentru a crea interes în legătură cu produsele sau serviciile lor. Pentru o comunitate, paginile de Facebook generează

discuții despre anumite subiecte sau probleme, sunt interactive și-i implică pe utilizatori. Aceștia creează la rândul lor conținut și difuzează mesaje importante prin rețeaua lor de prieteni. Comentariile și ideile internauților pot fi utilizate de persoana care administrează pagina, fiind considerate un bun comun.

Paginile crează conexiuni între ele și primesc informații prin actualizări. Astfel, se formează o rețea care va atrage mai mulți utilizatori interconectați. În comparație cu profilul de Facebook, paginile au instrumente specifice de promovare, iar utilizatorul poate avea acces la conținutul lor prin simpla apăsare a butonului *Îmi place*. Nu este nevoie să aștepte acordul administratorului. O trăsătură esențială este că utilizatorul care o administrează primește date statistice ce-i permit să observe informații generale despre abonați. Prin *abonați*, ne referim la internauții care urmăresc activitatea paginii.

Dinamică

Pagina *Piața Universității* a fost construită la început ca un canal alternativ de informare, iar utilizatorii aveau acces la informațiile încărcate doar dacă apăsau butonul *Îmi place*. Era prevăzută cu o copertă, ceea ce marchează intervenția unui *web designer*. Paginile de Facebook nu au în structura lor opțiunea ca utilizatorii să nu poată accesa informațiile din interiorul lor decât dacă devin susținători. Utilizarea acestei funcții subliniază o dimensiune strategică: coperta anunță încă de la început că publicurile vor urmări transmisiuni video în direct din piață, fără *manipulările* (termenul folosit de către protestatari) din imaginile televizuale.



Odată ce utilizatorii apăsau butonul *Îmi place*, primul mesaj pe care îl citeau la exact o săptămână de la începerea protestelor este următorul:

> „Felicitări ROMÂNI! S-a împlinit O SĂPTĂMÂNA de proteste în Piața Universității!!
> În ciuda manipulării excesive, al televiziunilor care mint în draci, al jandarmeriei care face exces de putere și al anumitor grupuri violente (provocări), protestele din Piața Universității vor continua (protestele pașnice). Îi rugăm pe cei care sunt pesimiști în privința acestei mișcări să ne lase în pace. Farmecul pieței este atât de minunat, am întâlnit tineri deștepți, serioși, cu inițiativă și dorință de schimbare, cu viziune pe termen mediu și lung, adevărate valori ale societății românești. Deci simplu: PROTESTUL PAȘNIC CONTINUĂ!" (semnat de utilizatorul Ragalie Stelian)

Prin acest mesaj, instanța comunicațională își asumă o poziție de putere și de cunoaștere. Prezintă evenimentele din Piața Universității pe scurt și un pronostic legat de ceea ce va urma. Mesajul incorporează o anumită perspectivă asupra situației prin intermediul căreia sunt reprezentate și identitățile atribuite protestatarilor: *deștepți, serioși, cu inițiativă și dorință de schimbare, cu viziune pe termen mediu și lung*. Susținătorii paginii *Piața Universității* sunt construiți ca fiind cei care susțin protestele din stradă. Aceștia ar putea fi mobilizați prin diverse acțiuni *online* sau *offline*. Contribuie la rândul lor difuzând și diseminând mai departe mesajele transmise despre protestele din piață.



Inițial pagina este construită ca o importantă resursă de comunicare a protestatarilor din stradă. După perioada de timp analizată (ianuarie-februarie 2012), *Piața Universității* este reconfigurată. Nu mai există *copertă* și nici transmisiune în direct din stradă. Virtualul se disociază de locul real, nu se mai limitează la locul real al evenimentelor.

În legătură cu etapele paginii, de remarcat este că după luna februarie 2012 și în septembrie și octombrie 2013, când se petrec acțiuni de amploare din stradă pentru încetarea proiectului minier de la Roșia Montană, este adăugată o grilă cronologică. Rolul acesteia este de a marca momente semnificative din perspectiva protestatarilor. Accesând-o, utilizatorul poate observa informații din trecut, mai exact primește date și imagini din etape considerate importante (de dinainte de iarna lui 2012) pentru ceea ce a devenit Piața Universității în prezent. Acest instrument subliniază o continuitate și-i conferă locului real o *dimensiune simbolică*. Prin dimensiune simbolică, înțeleg faptul că piața devine *imagine iconică* care înglobează o serie de reprezentări colective și chiar și o stare de spirit (libertate de expresie, de gândire etc.).

Dând *click* pe un anumit an, vor apărea mai multe repere istorice, fotografii, informații și cronologii secundare.

În comparație, pagina *Roșia Montană în World UNESCO Heritage* s-a dezvoltat de la o platformă relativ simplă despre minerit, importanța socială și culturală a zonei la una mai complexă, cu mai multe informații și proiecte alternative, față de variantele oficiale, de a relansa economia și a crea locuri de muncă.

În ceea ce privește identitățile comunicaționale ale utilizatorilor, paginii *Piața Universității*, este construită imaginea unor indivizi implicați, cu viziune, interesați de problemele societății și cu resursele de comunicare necesare pentru a-și continua acțiunile de protest. Ei sunt cei care contribuie la rândul lor la generarea de conținut pe pagină și la distribuirea informației. Apăsând butonul *Îmi place*, își manifestă sprijinul pentru protestatari, indiferent de poziția proprie legată de soluțiile la problemele civice. Strategia urmărită de către administratorul/administratorii paginii este de a sublinia diversitatea cetățenilor care participă și a ideilor acestora.

Spre deosebire de *Piața Universității*, identitățile virtuale ale utilizatorilor paginii *Roșia Montană în World UNESCO Heritage* sunt construite discursiv ca aparținând unor activiști civici implicați, având toate cunoștințele necesare în domeniul lor de activitate și interesați cu precădere de rezolvarea unor probleme de mediu. În plus, aceștia dețin multiple conexiuni și alianțe cu alte organizații internaționale preocupate de aspecte similare.



Susținătorii paginii *Roșia Montană în World UNESCO Heritage* nu sunt doar cetățeni responsabili ai României, ci ai planetei și formează la nivelul discursurilor lor o responsabilitate publică a tuturor privind probleme de interes transnațional.

Dacă ne referim la implicațiile dimensiunii istorice ale paginii de Facebook asupra construcției unui spațiu deliberativ, trebuie să avem în vedere două întrebări de referință, și anume:

1. În ce măsură utilizatorii paginii marcheaza faptul că sunt orientați spre dezbatere și încearcă să implice și să includă cât mai mulți actori sociali?
2. Cum sunt construite probleme publice?

Din analiza datelor reiese faptul că în primă fază participanții au fost orientați spre protest și acțiuni de mobilizare, de combatere a indiferenței. Într-o a doua etapă au adus în discuție probleme publice cu multiple ramificații și au căutat soluții. Dezbaterea publică a figurat printre soluțiile cele mai importante propuse. Nevoia de a asigura un cadru legal pentru ca Piața Universității să poată funcționa ca *spațiu public* a fost un alt răspuns la provocările socio-politice ale lunilor ianuarie-februarie 2012 (prin acest concept activiștii înțelegeau spațiu unde fiecare cetățean este liber să își exprime punctul de vedere despre problemele publice și să-i invite pe ceilalți la dezbatere, cu scopul de a găsi cele mai bune soluții).

Problemele aduse în discuție de cetățeni au fost grupate în jurul unor nuclee (de exemplu: corupția clasei politice, sărăcia etc.) și aduse pe agenda protestatarilor. Astfel, fiecare s-a simțit reprezentat. Scopul urmărit a fost ca toți cetățenii să contribuie la schimbare. Cu cât un subiect a fost mai frecvent articulat, cu atât avea șanse mai mari de a câștiga vizibilitate.

2.2. Repertoriul de protest și construcția identităților virtuale

Conținutul încărcat pe pagina *Piața Universității* poate fi clasificat în funcție de șase categorii construite empiric după ce toate informațiile disponibile pe această pagină au fost atent examinate (Grigorași, 2015):

1. Informații importante despre proteste, cum ar fi:

Proteste de amploare împotriva Guvernului Boc
13 ianuarie 2012

La Târgu Mureș, încep protestele împotriva noii Legi a Sănătății. Este și începutul unui val de proteste anti-guvernamentale la nivel național.



În acest mod, după ce evenimentele încep să se desfășoare, utilizatorii construiesc mesaje care să le confere o anumită interpretare, în acord cu viziunea lor. Sunt transmise publicurilor rețelei sociale Facebook narațiuni semnificative care subliniază faptul că discutăm despre un fenomen social complex, cu ecouri în societate. Este indusă ideea că protestatarii nu se vor opri așa ușor, până își vor atinge obiectivele.

2. Perspectivă critică asupra discursului mediatic



Pe lângă faptul că sunt aduse în discuție argumente că sistemul mediatic nu este independent față de politic, utilizatorii paginii de Facebook urmăresc să construiască o viziune critică asupra situației, care să-i implice și pe jurnaliști, această poziție comună putând avea efecte democratice. În cazul de față, protestatarii sunt construiți ca niște cetățeni activi care resping manipulările și își asumă acțiuni ce ar putea aduce anumite contribuții pozitive societății. Nu sunt portretizați în nici un caz ca agenți pasivi în cadrul evenimentelor.

3. Critică la adresa clasei politice



În timp ce unii protestatari *online* se prezintă ca fiind de stânga (de influență neomarxistă de pildă) sau de dreapta (monarhiști), alții se consideră apolitici. În viziunea lor, clasa politică actuală și-a pierdut legitimitatea și nu mai este reprezentativă. Schimbarea la toate nivelurile vieții sociale nu este exclusiv a politicienilor, ci va fi posibilă prin implicarea civică a unui număr cât mai mare de cetățeni.

4. Portrete sau voci ale participanților la proteste

Salut! Am început o serie de portrete ale neaveniților din Piață! Vrem să arătăm ce oameni faini sunt acolo! Primul este Marius Chivu, critic literar. (mesaj încărcat pe pagină de către *Bookaholic*, site despre cultură și cărți)



Prin realizarea unui profil special despre unii protestatari cu informații detaliate în legătură cu viața lor profesională și personală și implicarea în evenimente, se creează opusul unei forțe anonime, și anume este transpusă imaginea unor cetățeni activi care își cunosc drepturile și au capacitatea necesară de a oferi soluții unor probleme publice. Din perspectiva lui Michel Foucault (1978), *cunoașterea înseamnă putere*. Am putea afirma că pagina *Piața Universității* funcționează ca un *dispozitiv* ce instituie un efect de discurs specific: vizibilitatea într-un spațiu public virtual este echivalentă cu a obține o poziție superioară. În acest caz, actorul social are capacitatea intelectuală de a acționa și forța necesară de a câștiga un statut de putere prin intermediul *dispozitivului*.

În ceea ce privește efectele de discursiv generate, se poate observa că imaginile negative despre protestatari din mass-media tradiționale sunt balansate de unele pozitive. Portretele *online* oferă date complexe despre construcția identităților virtuale. Protestatarii sunt prezentați ca fiind actori sociali responsabili, cu studii și implicați activ în rezolvarea problemelor momentului. Mai mult decât atât, prin acțiunile lor, este dat un exemplu pozitiv celorlalți, fiind aduse argumente despre tipul de abordare civică necesară pentru a rezolva situația socio-politică a României (Grigorași, 2015).

5. Imagini remarcabile, preluate ulterior de jurnaliști



Acestea au un ciclu de viață diferit în comparație cu mesajele de tip text. Unele dintre ele sunt preluate de către mass-media și comentate în diverse programe televizate. Imaginile încărcate pe rețelele de socializare sunt o dovadă a creativității protestatarilor și a faptului că evenimentele nu au dus lipsă de culoare și implicarea din partea unor indivizi inteligenți. Dacă discutăm despre efecte de discurs, fotografiile arată un altfel de protest: pașnic, estetic și cu obiective clare. Utilizatorii paginii de Facebook susțin că ei doresc să contribuie la o revoluție pozitivă cu manifestații constructive și este important ca indivizii să colaboreze pentru a găsi soluții eficiente și cu impact democratic.

Pot fi observate imagini conținând mesaje în engleză pentru trusturile de presă internaționale (vezi Anexa 2 mai jos). Protestele naționale și-au dezvoltat și o dimensiune transnațională, iar protestatarii urmăresc să formeze conexiuni cu alte organizații de activiști, cauze importante la nivel global și comunități îndepărtate. Conținutul *online* ar trebuie să genereze impact în presa internațională și susținerea unor publicuri variate. În ceea ce privește efectul de discurs produs, mesajele se adresează unei audiențe mari, iar comunicarea nu mai este îngrădită în frontierele unui singur stat. Nici tipurile de probleme abordate nu mai sunt specifice doar României. În acești termeni, este reconstruită responsabilitatea colectivă. Cei care pot produce schimbarea reală sunt cetățenii implicați, indiferent de apartenențele lor multiple. Diversitatea nu este construită ca fiind un minus, ci un plus.

În ceea ce privește construcțiile identitare virtuale, protestatarii ajung să dețină o poziție de putere prin impactul pe care l-ar putea atinge la nivel internațional și prin numărul de articole din presa externă ce aduce în discuție viziunea lor. În același timp, clasa politică este expusă unei presiuni indirecte din partea actorilor politici externi și trebuie să păstreze în continuare încrederea acestora și legitimitatea actelor întreprinse (Grigorași, 2015).



„Băse" este un diminutiv al lui Traian Băsescu iar in acest context, este folosit cu o conotație peiorativă. Ca efect discursiv, textul susține ideea că Traian Băsescu, în calitate de președinte al României, își pierde din legitimitate.

6. Alte tipuri de mesaje: informații despre utilitatea paginii, umor etc.



Utilizatorii sunt informați în legătură cu scopul acestei pagini și de multe ori umorul devine o strategie interesantă prin care este consolidată rezistența protestatarilor. În acest mod, internauții sunt mobilizați și se coordonează astfel încât să ia parte activ la acțiunile *online* la adresa clasei politice și a sistemului mediatic. În acest caz, protestatarii virtuali își construiesc imaginea de agenți care acționează inteligent, având o perspectivă mai amplă asupra planului de urmat în vederea atingerii obiectivelor. Mai mult decât atât, umorul generează un număr mai mare de preluări ale informației. Conținutul încărcat pe pagină ajunge în rețeaua personală a fiecăruia. Impactul este considerabil.

Online, construcția tematică a informațiilor și a identităților comunicaționale ale utilizatorilor pot fi realizate prin conținut vizual (imagini, fotografii ale protestatarilor, simboluri și secțiuni ale paginii) și anumite tipuri de formulări. Pe pagina de Facebook *Piața Universității* au fost observate următoarele moduri de enunțare (Grigorași, 2015):

a) Mesaje care solicită utilizatorilor să își argumenteze răspunsul (cu efectul discursiv de legitimare a protestelor din stradă prin promovarea unor diversități de opinii și argumente aparținând cetățenilor):
   Vrei ca OTV să se închidă? Argumentează-ți răspunsul!

b) Mesaje care urmăresc să implice publicul să *Distribuie* informația și să apese *Îmi place* (cu efectul de a sublinia ramificațiile ulterioare ale protestelor și de a genera mai departe vizibilitate și adeziunea mai multor utilizatori; este evidențiat dinamismul protestatarilor și implicit puterea acestora):

Clujenii au înțeles mesajul nostru! Iată o jurnalistă din Cluj care a ales să protesteze altfel decât cu violența!

Numele ei este Oana Moisil și merită să o facem văzută de o țară întreagă!"

Share + Like dacă ești alături de cei ca ea!!

c) Mulțumiri (efectul discursiv este de a transmite că protestatarii au o atitudine pozitivă și dezvoltă prin acțiunile lor un mod pașnic de comuniune):

Mulțumim băieților de la Jerry's Pizza pentru gestul frumos pe care l-au făcut celor care au protestat și astăzi în Piață!

Să le transmitem un mesaj de mulțumire!

d) De tip buletin informativ (este creată imaginea unui protestatar bine informat și interesat să creeze conexiuni cu alții aflați într-o poziție de cunoaștere sau cetățeni care militează pentru aceeași cauză/o cauză similară):

Paris, 19 februarie 2012 (13 fotografii)

Foto: Sair Jay

În aceste fotografii, diaspora românească protestează la rândul ei și susține protestele din țară.

Revenind la construcția identităților comunicaționale ale utilizatorilor paginii, prin aceste tipuri de formulări se formează imaginea unor protestatari care promovează o diversitate de opinii și argumente, sublinind totodată dinamismul mișcării și multitudinea actorilor sociali ce doresc schimbarea. În plus, comunică publicului faptul că au o atitudine pozitivă și urmăresc să construiască împreună o comunitate pașnică, *o revoluție pozitivă* (sintagmă folosită de mai multe ori de către utilizatorii paginii).

Dacă ne referim la modul în care discursul este construit, mesajele solicită implicarea internauților și oferă informații despre protestele din diaspora sau aparținând altor națiuni ce militează pentru cauze similare. În cazul paginii *Piața Universității*, pot fi observate o varietate de scopuri urmărite de protestatari. Nu discutăm despre doar unul sau câteva obiective de atins. O fragmentare a protestului și multitudinea de solicitări ale cetățenilor ar putea fi interpretate ca fiind avantaje și dezavantaje în

același timp. Pot constitui un atu pentru protestatari pentru că în acest mod demonstrațiile din stradă sunt o dovadă a nemulțumirii generale a populației și nu aparțin doar unui singur grup de indivizi (Bulai, 2012). Cu cât mai diverse sunt mediile sociale și profesionale de proveniență a participanților, cu atât mai puternici devin când cauzele lor sunt interconectate. Interacțiunile *online* facilitează negocierea înțelesurilor, construcția diferitelor perspective asupra problemelor publice și a identităților colective ale protestatarilor (Grigorași, 2015).

Pe de altă parte, fragmentarea protestului și diversitatea solicitărilor pot fi dezavantaje deoarece discutăm despre mai multe agende care se formează și, totodată, mișcarea are mai mulți lideri. În negocierile cu reprezentanții puterii și în interacțiunile cu jurnaliștii, acest fapt ar putea fi interpretat, în mod eronat, ca o lipsă de credibilitate a protestatarilor sau că acțiunile lor nu au ajuns la un stadiu de maturitate.

În ceea ce privește narațiunile semnificative care încurajează utilizatorii să se autodefinească, datele relevă faptul că acestea sunt cele ce solicită cetățenilor să se implice, să-și exprime și să-și argumenteze opiniile și să participe la acțiuni nonviolente *offline* și *online*. Următoarele mesaje sunt oferite ca exemple:

a) Iată fotografia anului 2011! Jos minciuna și manipularea! Să susținem pașnic libertatea de exprimare, acel drept fundamental garantat de Constituția României! Distribuie această imagine și fă această pagină cunoscută dacă ești de acord cu faptul că românii trebuie să dea dovadă de înțelepciune civică și să protesteze pașnic!

SHARE + LIKE (mesaj încărcat de către administratorii paginii, a fost adăugată eticheta de *Vancouver Riots*)



b) Revoluția la care visez nu are culoare politică. Pentru că România anului 2012 nu e o dictatură, ci o țară condusă prost. Revoluția la care visez nu e organizată de partide. Pentru că toți politicienii vorbesc la fel și fură laolaltă cu marii capitaliști ai țării. Revoluția la care visez nu e declanșată de oamenii care vorbesc la televizor. Pentru că România e o țară cu televiziuni care nu doar informează, ci și manipulează. Revoluția la care visez eu e altfel. (publicat pe Facebook de către utilizatorul Vlad Mixich și distribuit pe pagina *Piața Universității* de către administratorii acesteia.)

Prin intermediul acestor mesaje și a fotografiilor atașate, este construită imaginea unor cetățeni bine informați și interesați să contribuie la o societate mai bună. Aceștia resping opțiunea de a rămâne pasivi și a aștepta ca actorii politici să rezolve problemele publice. Este promovată ideea că o schimbare este necesară, iar cei ce o vor produce sunt cetățeni educați care locuiesc în general în mediul urban. Ca să-și construiască o imagine mai conturată despre ei înșiși și să contracareze informațiile negative publicate în mass-media tradiționale, protestatarii utilizează pagina de Facebook pentru a oferi publicului portrete și testimoniale ale participanților la acțiunile din stradă. Sunt prezentate astfel: înfățișarea acestora, ideile, viziunile personale, visele etc. Un exemplu în acest sens este:



Efectul discursiv generat prin intermediul dispozitivului de către aceste portrete ce vizează identitatea comunicațională a participanților este următorul: protestatarii nu acționează în numele nici unui partid; ei își doresc

o societate mai democratică și un nivel de trai mai ridicat, în consecință se implică activ ca să transforme această viziune în realitate. Adjectivul peiorativ *ciumpalac* (persoană fără maniere sau *țăran*) folosit de către jurnaliști și politicieni pentru a-i eticheta, intră într-un contrast accentuat cu identitățile comunicaționale construite prin intermediul paginii de Facebook.

În concluzie, numeroși actori sociali creează conținut pentru *Piața Universității* și astfel, se formează identitatea rețelei. Protestatarii o definesc și o redefinesc în mod continuu, accentuându-i dinamica. Atât timp cât sunt respectate criterii precum accesul liber garantat unei largi diversități de actori sociali și este posibilă formarea unor puncte de vedere diferite, putem afirma că discutăm despre un spațiu deliberativ. Problemele propuse de fiecare individ diferă, însă sunt reluate și rediscutate într-un cadru mai vast.

Dacă ne referim la rețeaua socială *online* Facebook, investigăm un conținut care este creat constant. O particularitate a arenei de dezbatere *online* este că informațiile cuprinse se află într-o permanentă schimbare. Stabilitatea la nivelul unor teme este generată de recurența acestora în discuțiile participanților. Un alt factor este importanța momentului, nevoia de a acționa în timp real pentru a rezolva probleme stringente, cum ar fi o reacție publică imediată la noua lege a sănătății. Astfel, *online*-ul este în concordanță cu acțiunile din *offline* și nu este delimitat ca un spațiu separat, fără legături concrete cu viața cotidiană.

Teme bine delimitate și introduse într-o agendă se formează ca urmare:

- a inițiativelor *online* care propun utilizatorilor să se implice pentru a realiza împreună o listă de revendicări (Vezi mai multe detalii în subcapitolul 2.2.1 despre evoluția revendicărilor protestatarilor) și o direcție comună de acțiune în perioada imediat următoare;
- a vocilor influente sau a liderilor de opinie (cum ar fi Raed Arafat);
- a *postacilor* angajați de partide ca să orienteze discuția într-o anumită direcție (de pildă induc ideea că *Băsescu este de vină* pentru toate, în timp ce activiștii reacționează afirmând că *Toată clasa politică este coruptă*, printre sloganuri enumerându-se și *Nu ne confiscați protestul* adresat USL-ului; de la o temă propusă de *postaci* sau activiști se ajunge la *microteme* prin intermediul interacțiunilor *online*);
- evenimente create *online* și promovate prin rețele sociale, cum ar fi organizarea unor proteste în Piața Universității.

La construcția unor teme recurente contribuie și actori sociali influenți care aduc în discuție și dezbat continuu subiectele importante din punctul lor de vedere. În urma analizei datelor, au fost identificați următorii lideri de opinie:

- Claudiu Crăciun, profesor, activist și politician (membru al Partidului Verde);
- Costi Rogozanu, *blogger* și intelectual de stânga;
- Alina Mungiu-Pippidi, politolog, jurnalist și activist civic.

Temele recurente și problemele publice pot conține revendicări pentru actorii cu factor de decizie, dar și pentru simplii cetățeni ce urmăresc protestele la televizor. Un astfel de exemplu este faptul că democrația trebuie regândită, indivizilor solicitându-li-se să se implice la rândul lor în găsirea unor soluții eficiente. În funcție de declarații publice ale politicienilor sau evenimente cu impact major pe plan socio-politic, revendicările protestatarilor au suferit transformări. De pildă, actorii politici aflați la guvernare au folosit termenul de *ciumpalac* pentru a-i eticheta pe participanții la proteste. Drept răspuns, aceștia din urmă și-au atribuit denumirea, însă au redefinit-o într-o manieră pozitivă.

2.2.1. Evoluția revendicărilor protestatarilor

În urma analizei datelor, sunt remarcate următoarele tendințe în revendicările participaților la proteste:

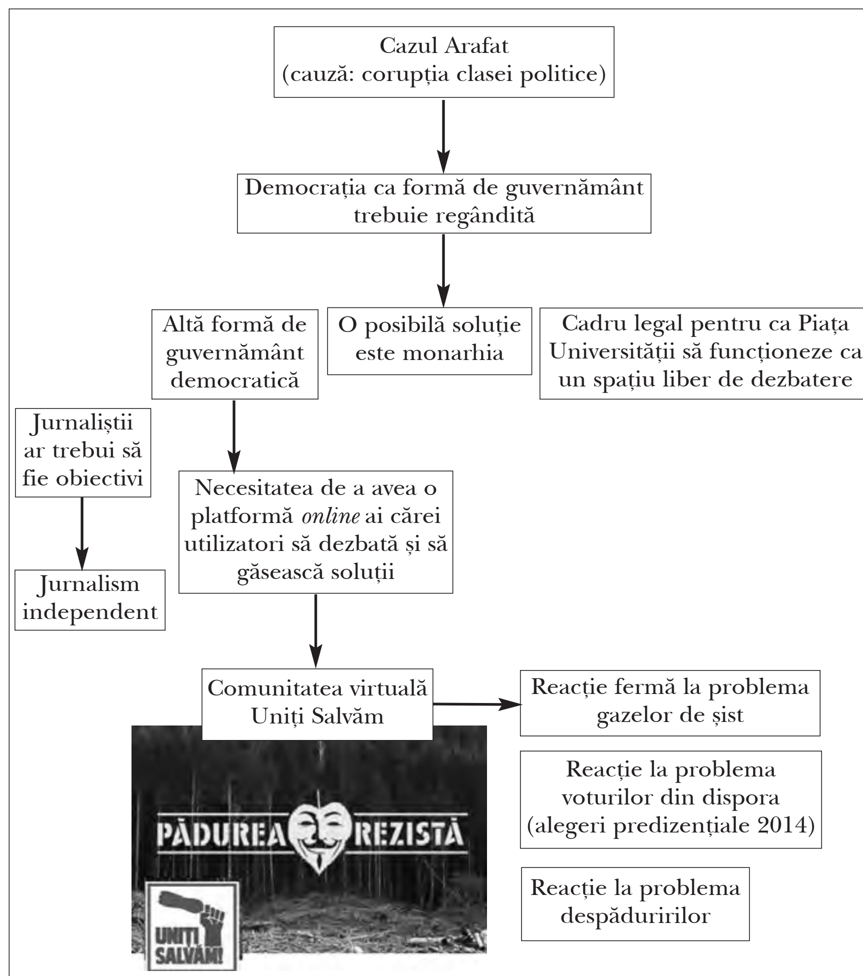
- sunt ideologice, dar poate fi observată o anumită flexibilitate sau *slăbire a cadrajelor* ce recurg la ideologii (della Porta & Tarrow, 2005a);
- sunt corelate cu cele din *offline*;
- unele sunt orientate spre dezbatere, de pildă solicitarea protestatarilor ca Piața Universității să fie recunoscută la nivel juridic precum spațiu public unde cetățenii sunt liberi să se întrunească și să dezbată;
- sunt locale (*Solidaritate pentru SMURD*) și internaționale în același timp (*Ocupați Piața Universității* sau *Ocupați Universitatea*, cauză corelată cu mișcarea internațională Occupy);
- sunt adresate opiniei publice internaționale (*Don't let them censor the Internet* sau *Out with Băse & his Gang!*).

Următoarea grilă ilustrează evoluția acestor revendicări, cauzele lor și responsabilitățile aduse în discuție la nivelul interacțiunii dintre utilizatorii rețelei sociale Facebook.

Grila cronologică	Tipuri de protest	Cauzele problemelor publice	Responsabili-tate	Poziționări locale sau corelate la nivel internațional	Revendicări
Înainte de ianuarie 2012	Occupy și Anonymous	*Luxul, lăcomia, risipa, viciile/prostia, cheltuielile inutile și miliardele de prin conturi, nefolosite în mod util pentru educație, agricultura etc., majoritatea ale unor semianalfabeți cu viciul banilor/averilor, sunt cauzele sărăciei, foametei, lipsei de educație, suprapopulării, războaielor, bolilor și infracționalității.* (mesaj încărcat *online* de către utilizatorul Edy Mihnea)	Construită colectiv	Internaționale	1. Nu-i lasă să cenzureze Internetul. 2. *Ocupați Piața Universității!* 3. *Piața Universității km. 0, dialog și dezbatere*
În momentul izbucnirii protestelor la nivel național (13 ianuarie 2012)	Protestele împotriva noii Legi a Sănătății Cazul Arafat	Condițiile de trai (situația economică, dar și probleme din sistemul sanitar) Corupția clasei politice	În principal a clasei politice, dar revine și cetățilorr (li se cere să nu rămână indiferenți)	Locale	1. Demisia președintelui Traian Băsescu și a guvernului Boc 2. Retragerea noii Legi a Sănătății
13.01-26.01 (protestele iau amploare)	Proteste împotriva întregii clase politice Mobilizare la nivel național și în diaspora	Aceleași cauze	Construită colectiv	Locale, însă pot fi observate și trimiteri către contextul internațional	1. Obiectivitate în jurnalism 2. Respect pentru protestatari 3. Solidaritate și valori autentice 4. *Nu ne confiscați protestul!* (mesaj către USL) 5. Mesaje către românii de acasă, ca să nu rămână indiferenți 6.*Educația: prioritate națională*!

26.01-3.02 (etapa în care iau amploare revendicări de tip ecologist)	Mobilizare la nivel național și internațional prin grupuri de activiști și comunități locale Activism *online*, demonstrații, nesupunere civică (nu implică forme de violență)	Ignoranța românilor Lăcomia politicienilor Corupția Corporațiile și interesele acestora de a modifica în favoarea lor acte legislative Poluare și distrugerea ecosistemelor naturale Forme de partizanat politic în mass-media	Construită colectiv	Locale, dar și internaționale	1. *Salvați Roșia Montană!* 2. *Nu ne vindem țara.* 3. *Opriți despăduririle* 4. *Libertate, demnitate, respect* 5. *Vrem spitale, nu catedrale!* 6. Piața Universității să devină *agoră publică* (mai multe informații despre revendicări în imaginea din stânga)
Februarie 2012	Anti-ACTA și anti-sistem Protestatarii doresc să schimbe mentalități și să-i determine pe români să fie mai activi pe plan civic	Deficiențe ale sistemului democratic Politicienii se înstrăinează de popor Cetățenii sunt manipulați să creadă că nu au resursele necesare să producă o schimbare majoră	Construită colectiv	Poziționări corelate la nivel internațional	1. *Sistemul democratic trebuie regândit* 2. *Nu așteptați liderii!* 3. *Vrem un capitalism cu «față umană»* 4. *Distribuie [informațiile] dacă nu ești de acord să devii un simplu «cod de bare»* 5. Mesaje anti-ACTA

În continuare, am realizat o reprezentare grafică a mișcărilor de protest observate în iarna anului 2012 și a implicațiilor ulterioare ale acestora (inițiative civice, manifestații publice și comunități virtuale, precum *Uniți Salvăm*). Graficul surprinde faptul că fenomenul social analizat nu a dispărut în totalitate, ci actorii sociali participanți au colaborat ulterior și au reacționat față de alte probleme importante pentru societate.



2.3. O tipologie a utilizatorilor paginii

Acest subcapitol se referă la un alt aspect legat de construcția identitară în mediul online. Investigarea identităților actorilor sociali este importantă pentru discuțiile ulterioare despre construcția unui spațiu deliberativ. Putem discuta de deliberare acolo unde există posibilitatea formării unor puncte de vedere diferite și accesul la dezbateri este liber și egal. Rezultatele interpretării datelor susțin ideea că pagina de Facebook promovează o largă diversitate de actori sociali din medii socio-culturale

variate. De accea, am putea afirma că *Piața Universității* ca spațiu comunicațional nu este reprezentativ doar pentru unul sau câteva grupuri sociale. Statutul social al utilizatorilor este considerat, în acest studiu, ca fiind cel declarat și asumat pe Facebook. Ar putea diferi față de cel real, însă pentru internauți este la fel de autentic precum cel din *offline*.

Potrivit rezultatelor cercetării, utilizatorii care au încărcat sau au urmărit mesajele din conținutul paginii sunt extrem de eterogeni: șomeri, casnice, tineri (în special studenți), intelectuali, membrii ai ONG-urilor, suporterii unor echipe de fotbal, protestatari din toată țară, din diaspora sau străini. Pot fi observați și internauți care își exprimă dezaprobarea față de proteste, însă mesajele lor nu sunt cenzurate. Pozițiile adoptate de către ei au parte de aceeași vizibilitate chiar dacă nu sunt în acord cu opiniile majorității. Printre cei care urmăresc activitatea paginii se numeră și profesioniști din media. Ei preiau o parte dintre informațiile încărcate de protestatari și, în consecință, consideră Facebook ca reprezentând o sursă de informare privind protestele. Astfel, fotografiile de pe pagină apar în mass-media tradiționale și anumite informații sunt difuzate și în jurnalele de știri. În acest mod, putem discuta despre funcția de agenda setting sau influețarea agendei publice prin intermediul rețelei sociale Facebook.

O categorie specială de protestatari este formată din *hipsteri* sau *hipioții de modă nouă care se plictisesc acasă*[1], așa cum apar menționați în articolele scrise de o parte dintre jurnaliști. Aceștia sunt tineri educați preocupați de mediu. Sunt etichetați ca *ecologiști* pentru că strâng gunoaiele din piață la finalul protestului. Media prezintă uneori o imagine negativă despre ei. Sunt prezentați ca fiind huligani, având capul în nori sau fiind lipsiți de pragmatism pentru că *nu acordă interes problemelor reale ale României*. Participă la proteste de stradă și afișează mesaje împotriva corporațiilor, însă sunt angajați în mari companii internaționale.



1. http://www.gandul.info/puterea-gandului/rosia-montana-lectii-de-la-revolutia-hipsterilor-11289406, accesat ultima dată la 11.05.2015, 11:53.

Pe pagina de Facebook, informațiile despre *hipsteri* sunt diseminate într-un mod diferit și este oferită o imagine mai cuprinzătoare în legătură cu acești protestatari. Câteva imagini sunt prezentate mai jos:



Ca efect discursiv, este generată credibilitate pentru o categorie de indivizi care nu au fost prezentați în termeni pozitivi în media. Prin intermediul dispozitivului *Piața Universității*, le este oferit statutul de cetățeni activi ce acționează în mod responsabil pentru a-și rezolva problemele, dar, în același timp, au și slujbe cu program normal de lucru, ca toți ceilalți. Uneori, o parte dintre ei lucrează pentru corporații, deși nu agreează întru totul politicile și tacticile acestora.

Un alt efect discursiv este indus prin tipologia utilizatorilor. Ne referim la diversitatea identităților lor care formează o rețea asemănătoare cu un *puzzle*. Printre utilizatori, se numără chiar și pensionari ce utilizează Facebook ca să-și împărtășească ideile și să socializeze cu alți internauți. Ceea ce-i unește este *revoluția pașnică* în care cred. Deși inițial părea să fie doar o revoltă *online* a ONG-iștilor, *Piața Universității* este construită discursiv ca având, de fapt, o identitate fluidă și o multitudine de scopuri de atins. Dispozitivul creează conexiuni și alianțe între o varietate de actori sociali și domenii de activitate. În acest sens, putem afirma că diversitatea identităților și efectele sale discursive ar putea reprezenta un atu al rețelei de protestatari. Astfel, este atestată puterea comunicațională a *dispozitivului* și potențialul acestuia de a fi un *liant* social, când cetățenii se confruntă cu probleme comune sau de importanță majoră.

2.4. Scena vizuală

Prin analiza de dispozitiv, se poate investiga modul în care sunt utilizate strategic resursele vizuale astfel încât să se creeze un cadru de interacțiune între participanți și sunt construite identități comunicaționale. În acest subcapitol, discutăm despre contribuția capitalului vizual al paginii la formarea identităților discursive ale utilizatorilor. Un alt obiectiv al acestei lucrări constă în a stabili în ce măsură *Piața Universității* poate fi considerată un spațiu deliberativ. Scena vizuală poate oferi informații importante despre tipul de interacțiune facilitat prin construcția paginii și efectele discursive generate astfel. Vom discuta despre toate acestea în următoarele rânduri, însă vom începe prin a ne referi la coperta paginii de Facebook.

2.4.1. Coperta – o strategie specifică

Pe lângă faptul că marchează intervenția unui *web designer*, *coperta* subliniază o anumită funcție strategică: internauții nu pot doar avea acces la pagină din când în când, ci este necesar să se aboneze și să treacă la statutul de *fani*, dacă vor să afle mai multe despre proteste. Ca efect discursiv, utilizatorii sunt împărțiți de la început în categoria *celor care le pasă* (fanii paginii) și celor ignoranți (restul). Prin simpla apăsare a butonului *Îmi place*, internauții primesc, la nivel discursiv, eticheta de cetățeni responsabili, activi și bine informați, ceea ce înseamnă că sunt interesați de evenimentele din piață și nu sunt nepăsători și ușor de manipulat.

În ceea ce privește mesajul de întâmpinare (Vezi mai multe detalii în subcapitolul despre dimensiunea istorică a paginii), acesta construiește de la început scena conflictului: cine sunt protestatarii (*tineri deștepți, serioși, cu inițiativă și dorință de schimbare, cu viziune pe termen mediu și lung, adevărate valori ale societății românești*), care sunt obstacolele pentru o societate cu adevărat democratică (*televiziunile care mint în draci*) și un atribut important al protestului (*pașnic*). Cu alte cuvinte, este prezentată viziunea actorilor sociali responsabili de evenimentele din stradă și continuarea acestora în *online*. Ca efect discursiv, este transmisă ideea că protestatarii au strategie, viziune și un anumit mod de organizare. *Piața Universității* nu este o simplă pagină de Facebook, utilizatorii au obiective și sunt determinați să le atingă; își doresc să găsească soluții la problemele lor. În mod indirect, este expusă nemulțumirea cetățenilor față de politicieni și sistemul mediatic, dar și rezistența acestora și angajamentul că nu vor accepta o stare de pasivitate.

2.4.2. Secțiunile și funcționalitatea paginii

După ce apasă *Îmi place*, utilizatorii au acces la următoarele secțiuni ale paginii: transmisiuni *live*, informații încărcate de către protestatari sau simplii internauți pe *perete*, o altă rubrică despre informații diverse, activitatea prietenilor, fotografii și întrebări.



Piața Universității funcționează ca o platformă de informare despre proteste. Fiecare utilizator contribuie la rândul lui și difuzează conținut, fiind considerat de către ceilalți o sursă valoroasă ce le poate oferi informații importante. Prin interacțiune și interactivitate, pagina s-a dezvoltat și a devenit o rețea vastă de activiști și simplii protestatari. Aceștia conlucrează și construiesc o forță de presiune față de politicieni.

Scena vizuală cu multiplii participanți care produc și difuzează conținut creând astfel conexiuni cu alți utilizatori se aseamănă unui forum, dar scopul declarat de către activiști este să se asemene unei agore grecești. Într-un forum, discutăm despre reguli unanim acceptate și un moderator, în timp ce pe pagina *Piața Universității* indivizii au chiar mai multă libertate și pot să-și exprime ideile chiar dacă, în acest mod, resping puternic opiniile majorității. Ca dovadă, susținătorii președintelui Traian Băsescu lasă mesaje și îi invită pe ceilalți să aprecieze paginile lor sau să le promoveze cauzele și nu sunt cenzurați de către administratorii PU (pagina *Piața Universității*).

Ca efect discursiv, în perioada ianuarie-februarie 2012, spațiul comunicațional virtual analizat a fost construit astfel încât să permită libertatea de exprimare. Este prezentat ca o platformă democratică de dialog unde utilizatorii interacționează și ca alternativă la informațiile publicate în mass-media tradiționale. Cetățenilor li se oferă acces doar prin simplu fapt că devin *suporteri* și apreciază și urmăresc activitatea paginii. În acest context, *Piața Universității* este construită ca spațiu comunicațional unde fiecare utilizator are acces și poate să-și exprime ideile fără a fi cenzurat.

2.5. Practicile de dezbatere

La această dimensiune a analizei, investigăm tipul de interacțiune dintre utilizatori (cum interacționează internauții și modul lor de cooperare) și formele de dezbatere cu scopul de a argumenta ulterior în ce măsură *Piața Universității* poate fi considerată un spațiu deliberativ. Pentru a stabili dacă pagina contribuie la construcția unui cadru de deliberare, urmărim dacă există condițiile necesare pentru a se forma puncte de vedere diferite și pot fi observate mecanisme de mediere (Vezi mai multe detalii în capitolul al treilea).

Este necesar să menționăm că într-un dispozitiv totalitatea elementelor componente interacționează strategic astfel încât să genereze identități comunicaționale pentru participanții la dialog.

În ceea ce privește tipurile de interacțiune, rezultatele evidențiază faptul că în perioada de timp analizată există numeroase mesaje încărcate de către protestatari și majoritatea acestora, solicită opinia celorlalți utilizatori ai rețelei sociale Facebook. Sunt întrebați dacă sunt de acord și li se cere să își motiveze răspunsurile. Alte mesaje solicită cooperarea susținătorilor paginii și sugerează diverse inițiative de tip civic. De pildă, Tibi Boia (un simplu utilizator al rețelei sociale Facebook) propune să realizeze, prin contribuția celorlalți utilizatori, o listă de revendicări și să găsească principiile unei bune guvernări. Va sintetiza răspunsurile și le va aminti ulterior protestatarilor. În acest mod, va exista o direcție de acțiune și vor ști ce au de făcut. Tibi Boia și alți utilizatori beneficiază astfel de mai multă vizibilitate.

Acestea sunt tipurile de interacțiune predominante. Ca efect discursiv, este evidențiată rețeaua protestatarilor, funcțiile acesteia și extinderea pe care o poate atinge prin intermediul Internetului.

Majoritatea formelor de dezbatere observate pot fi descrise astfel: un utilizator semnalează o problemă, cere cooperarea celorlalți și încep discuțiile. Deseori, tema de dezbatere este anunțată de către susținătorii

paginii și nu este comunicată prin administratorul paginii. Analiza de dispozitiv atestă faptul că *Piața Universității* este construită ca platformă de dialog pentru cei interesați de protestele din stradă din toată țara și din Diasporă. Nu reprezintă doar perspectiva bucureștenilor. Are o dimenisiune transnațională pentru că activitatea paginii conectează cetățeni și membrii ai ONG-urilor din numeroase state ale lumii prin resursele comunicaționale adiționale folosite:

- pagini pe *Wikipedia* despre începerea protestelor împotriva proiectului minier de la Roșia Montană și mișcări sociale din perioada post-comunistă;
- bloguri și rețele sociale;
- articole în presă, știri la jurnale televizate etc.

O diversitate de actori sociali au acces la conținutul paginii, chiar și cei care aduc argumente împotriva protestatarilor sau îl susțin vehement pe președintele Traian Băsescu, dar mesajele acestora nu ajung prea departe (sunt observate foarte puține preluări și *Like*-uri). Fanii paginii *Piața Universității* creează continuu conținut și își aduc argumentele ideilor lor astfel încât să-și promoveze cauza.

Subiectele acestor dezbateri sunt următoarele:

- implicarea televiziunilor și a mogulilor de presă în jocurile politice;
- lipsa legitimității liderilor politici;
- sistemul politic din România și deficiențele acestuia;
- eroi emblematici ai protestelor;
- sistemul medical;
- declarațiile politicienilor;
- propuneri despre modul în care ar trebui să evolueze protestele;
- ACTA (acord internațional de combatere a bunurilor contrafăcute care legifera, printre altele, și depturile de autor online schimbând practic drepturile internauților).

Prin intermediul dispozitivului *Piața Universității*, nemulțumirile populației din România sunt construite discursiv ca probleme sociale extrem de importante care nu afectează doar o singură națiune. Mai mult decât atât, importanța este atât de mare încât, dacă nu se găsesc soluții, numeroase niveluri ale vieții sociale sunt în pericol. Este transmisă viziunea potrivit căreia protestatarii ar trebui să schimbe totul dacă vor ca acțiunile lor să aibă cu adevărat un efect. Astfel, se accentuează gravitatea problemei. Acesta este un mod de a-i mobiliza pe indivizi să se implice activ. Pentru a fi siguri de impactul acțiunilor lor, protestatarii vor

să câștige atenția altor utilizatori de Facebook și să-i convingă să ia parte la acțiunile de stradă.

Rezultatele investigației susțin faptul că pagina *Piața Universității* ar putea fi considerată un spațiu deliberativ, deoarece utilizatorii acționează în calitate de cetățeni, caută să găsească soluțiile cele mai bune pentru problemele publice și își doresc să afle cum gândesc alții și cum își motivează răspunsurile (Grigoraşi, 2015). Bineînțeles, există și perspective care nu sunt luate prea mult în considerare și nu ajung să primească atenția publică sau să influențeze în vreun fel opinia majorității. Un astfel de exemplu este poziția comunității maghiare. Am putea afirma că grupul maghiarilor rămân discursiv la statutul de *enclavă* și nu este suficient de activ ca să contribuie la formarea unei contra-sfere publice.

În anumite puncte centrale ale discuțiilor *online*, în spațiul comunicațional analizat totul devine interconectat (nevoile celor nemulțumiți, ideile și aspirațiile, identitățile comunicaționale construite, perspectivele de viitor etc.), deoarece problemele protestatarilor sunt foarte complexe și au multiple ramnificații și semnificații. Dacă ar fi să găsească un inamic responsabil pentru toate, atunci este indicată clasa politică și obiectivele acesteia de a strânge averi și de a controla trusturile de presă.

În continuare, ne vom referi la condiții importante pentru formarea unui spațiu deliberativ, cum ar fi accesul la dezbatere și mecanismele de legitimare a unor probleme publice.

Accesul la dezbatere

În cazul paginii *Piața Universității*, administratorii sunt cei care se află într-o poziție de putere, deoarece ei sunt responsabili de a stabili regulile dezbaterii și de a media. Cu toate acestea, discuțiile sunt lăsate libere, *regulile* decurg din construcția paginii și nu sunt negociate (nu sunt observați utilizatori care să conteste dispozitivul *Piața Universității*, dar sunt propuse și acceptate direcții de acțiune și forme de organizare). Conversațiile se construiesc în jurul subiectelor propuse, cu mențiunea că de multe ori utilizatorii propun temele de dialog sau definiții privind problemele publice. Orice internaut care apasă *Îmi place* poate prelua informații, își poate exprima opinia sau dezacordul puternic (Grigoraşi, 2015).

Nu există lideri, ci doar actori sociali ce au parte de mai multă vizibilitate, cum ar fi Regele Mihai, Brianna Caradja sau Claudiu Crăciun. Aceștia se află într-o poziție de putere față de simplii utilizatori fie prin simpatia protestatarilor, fie prin diversele acțiuni de protest la care participă. În cazul Regelui Mihai, observăm că există susținători ai paginii

antimonarhiști ce nu cred că monarhia ar putea aduce vreun beneficiu României, însă își explică ideile păstrând o notă de respect și ușoară apreciere față de personalitatea Regelui Mihai I.

În ceea ce privește tipul de discurs folosit, analiza nu a relevat existența unui discurs de tipul „noi *versus* ei". S-a constatat că instanța comunicațională apelează la strategii de incluziune, pentru a-i integra în discuție pe toți participanții la dezbatere. Ca urmare, platforma este una deschisă și prin urmare toți utilizatorii discută de pe o poziție de egalitate, fără a fi constrânși de un anumit statut de putere al celorlalți.

Deși *Piața Universității* este un spațiu incluziv, se creează o diferențiere clară între *noi* (protestatarii și cei nemulțumiți de situația socio-politică a României) și *ei* (clasa politică).

Fluxul participanților la dezbateri și la acțiuni de protest se reconfigurează prin apariția unor grupuri cu identitate puternică. Un exemplu în acest sens ar fi gruparea *Anonymous* și activiștii ce militează anti-ACTA. Aceștia oferă expertiză protestatarilor, susținere pe un termen îndelungat și alianțe cu alte rețele de protestatari din lume. În plus, au parteneriat media care le oferă vizibilitate la nivel internațional.

Există, totodată, actori sociali marginalizați, în sensul că își încarcă mesajele, dar nu sunt luați în seamă. În această categorie îi putem include pe membrii minorității maghiare sau cei care militează pentru autonomia Ținutului Secuiesc.

Prin intermediul dispozitivului *Piața Universității*, se formează următoarele relații de putere:

- simplii cetățeni iau parte activ la găsirea unor soluții pentru problemele comune, iar punctele lor de vedere au un răsunet mai departe;
- prin interacțiunea cu activiști din diverse țări ajung într-o poziție de cunoaștere;
- se creează o forță de opoziție la adresa politicienilor, iar aceștia se află în situația în care trebuie să le răspundă (nu îi pot ignora);
- câștigă vizibilitate în media;
- probleme comune ajung pe agenda publică;
- posibilitatea ca protestatarii să fie ignorați de către media sau să nu poată contrabalansa imaginile negative este exclusă, deoarece protestul a ajuns la un nivel în care beneficiază de vizibilitate mare în *online* și în mediul internațional.

Pentru mulți protestatari, *Piața Universității* a fost doar începutul. În alte momente importante, după încheierea protestelor de la Universitate, societatea civică a reacționat observând anumite evenimente și intervenind

prin diverse acțiuni *online* și *offline*. Astfel de contexte sunt reprezentate prin toamna lui 2013, protestele împotriva începerii exploatării de la Roșia Montană, gazele de șist sau dificultățile diasporei de a vota la prezidențiale în 2014. Dezbaterea prin intermediul Facebook este un fenomen în creștere, iar tipul platformei de comunicare este mult mai deschis decât în *offline*.

Chiar dacă putem afirma că protestele de la Universitate au luat sfârșit, mișcarea nu a dispărut în totalitate, ci a suferit o metamorfoză. În prezent, putem afirma că rețeaua de activiști de la *Uniți Salvăm Roșia Montană și România*[1] sunt continuatorii acesteia. Mai multe detalii despre cum arată una dintre paginile comunității *Uniți Salvăm* găsiți la pagina următoare:



Mecanismele de legitimare a unor probleme publice

Online, este construită discursiv importanța protestelor, iar nevoia de a lua parte la acțiuni este marcată prin folosirea unor construcții verbale precum: *(universitatea) nu poate rămâne indiferentă*; *au obligația intelectuală și morală*; *trebuie să acționăm*; *(politica) trebuie, totuși, reinventată*; *Salvați statul de drept!*; mesaje specifice grupării *Anonymous* cum ar fi faptul că *(Guvernul) ar trebui să se teamă de popor* etc. Observăm obligații și interpelări.

1. https://www.facebook.com/comunitateaunitisalvam?fref=ts și http://unitisalvam.ro/, accesate ultima dată la 14.05.2015.

Interpelarea este definită ca fiind un comportament de enunțare prin care comunicatorul își creează o poziție de superioritate, în timp ce îi solicită interlocutorului să explice o situație sau chiar să dea socoteală (Beciu, 2011). Astfel, în cazul de față este transmisă ideea că universitatea, Guvernul și toți cetățenii României sunt responsabili. Este introdusă o relație de putere și de asumare, activiștii devenind cei care dețin cunoașterea necesară și își asumă conținutul mesajului.

În construcțiile verbale menționate în paragraful anterior, constatăm interpelări:

- pozitive (cetățenii sunt somați să se mobilizeze pentru a rezolva o problemă publică);
- negative (Guvernul nu acționează în interesul populației și trebuie tras la răspundere).

Alte forme de angajament și tipurile de responsabilități aduse în discuție de către protestatari sunt transpuse în următoarele exemple de mesaje:

> În vreme ce în România mișcările pașnice de protest pentru consolidarea democrației politice și sociale și a statului de drept continuă, universitatea nu poate rămâne indiferentă. Profesorii și studenții au obligația intelectuală și morală să intervină. Pentru o societate și universitate democratice trebuie să acționăm.
>
> Nu este adevărat că nu poți face nimic pentru ca țara asta să fie mai bună. Ieșiți din casă, dacă vă pasă!
>
> Să-i susținem pe cei care protestează acum în Piața Universității! Intră la secțiunea *Video Live* pentru a vedea protestul în direct!
>
> *Românii cer respect!* Respectul nu se cere. Respectul se câștigă!

Problemele publice semnalate sunt legate de statul de drept, insuficiențe ale sistemului democratic din România, dar și din alte țări civilizate, sistemul medical precar, educația și pasivitatea românilor în fața dificultăților pe care le întâmpină. Responsabilitatea este construită colectiv (nu revine doar politicienilor). Este transmis faptul că fiecare cetățean ar trebui să contribuie pentru a putea avea pe viitor un trai mai bun. Dezbaterea a plecat de la o problemă locală – nerespectarea principiilor statului de drept – și ulterior, a fost extrapolată la viciile sistemului democratic din țările occidentale în general. Astfel, s-a pornit de la o definiție restrînsă iar în urma interacțiunilor online s-a impus următoarea interpretare a problemei: întregul sistem democratic din țările civilizate are o serie de deficiențe care ar trebui discutate și soluționate.

Aceste probleme sunt legitimate la nivel discursiv prin invocarea consecințelor asupra vieții tuturor și a multiplelor implicații sociale. În acest mod, este construită și gravitatea situației și urgența de a acționa.

2.6. Reprezentări despre protestatari

Această dimensiune a analizei se referă la identitățile create pentru actorii sociali cei mai importanți: protestatarii, politicienii și jurnaliștii din mass-media tradiționale. Totodată, observăm și efectele discursive generate. În cele din urmă, întreaga pagină este examinată ca *dispozitiv*.

Identitățile comunicaționale create prin intermediul paginii *Piața Universității* pentru protestatari sunt următoarele: indivizi bine informați, educați, proactivi și ce dețin cunoașterea necesară de a găsi cele mai bune soluții la problemele lor comune, care în acest context devin subiecte de interes public, deoarece utilizatorii acționează în calitate de cetățeni. În legătură cu actorii politici, se promovează mai degrabă o imagine negativă: politicienii folosesc mass-media pentru a manipula populația, sunt preocupați să strângă averi și ignoră problemele reale ale României. În același timp, uită care sunt adevăratele valori democratice și, în consecință, nu mai sunt reprezentativi pentru cetățeni. Media poate fi o resursă importantă de informare pentru protestatari, din motiv ce pot fi observate pe pagina de Facebook multiple trimiteri la articole și programe televizate, însă în același timp este folosită ca un mijloc de manipulare. Publicul ar trebui să fie prudent, critic și să încerce să găsească surse de informare de încredere sau să caute o cale de a afla adevărul. Prin urmare, dispozitivul promovează o viziune critică despre politicieni și sistemul mediatic actual, atât din România, cât și din țările mai civilizate.

Jurnaliștii au fost influențați într-o anumită măsură de către conținutul încărcat pe pagina de Facebook, din moment ce i-au urmărit activitatea și au preluat o parte dintre informații. În ultimii ani, această rețea socială a devenit din ce în ce mai utilizată de către profesioniștii din media, iar subiecte care au apărut prima dată pe Twitter și Facebook au fost ulterior difuzate în jurnalele televizate sau la diferite emisiuni. Faptul că informațiile încărcate pe *Piața Universității* erau și hilare și abordau aspecte politice în același timp a facilitat preluarea lor în mass-media tradiționale.

Un subiect care a stimulat curiozitatea jurnaliștilor a fost cine sunt cu adevărat protestatarii. Aceștia erau numiți *ciumpalaci* de către clasa politică, un termen destul de neclar. Portretele protestatarilor încărcate pe pagina de Facebook ofereau informații suplimentare legate de identitățile celor care se alătură acțiunilor de protest. Dacă ne referim la construcțiile identitare

formate *online*, *Piața Universității* a fost un *dispozitiv* folositor pentru protestatari. Aceștia au reușit să-și creeze narațiuni semnificative despre ei înșiși. În același timp, jurnaliștii au obținut informații suplimentare legate de proteste și protestatari.

Pagina *Piața Universității* este construită să funcționeze ca o arenă civică a dialogului democratic unde utilizatorii devin cetățeni și dezbat cele mai importante probleme ale momentului. Administratorii paginii se asigură că o largă diversitate de opinii și indivizi proveniți din medii sociale variate au acces egal și libertate de exprimare. Poate fi foarte ușor observat obiectivul socio-politic urmărit: să găsească alternative la sistemul de guvernământ actual și soluții mai bune ce urmează a fi implementate. Toți cei care doresc să contribuie sunt conștienți de faptul că schimbarea trebuie să înceapă cu ei înșiși, fiind o pierdere de vreme să-i aștepte pe guvernanți să le rezolve problemele. Drept consecințe, pot fi observate pe pagină numeroase inițiative civice. *Piața Universității* funcționează ca spațiu deliberativ și un mediu pentru dezvoltarea unei culturi civice. Prin *dispozitiv*, sunt generate bune practici de protest, sunt oferite informații (cunoaștere), putere și multiple conexiuni în formă de rețea pentru actorii sociali ce-și doresc o *revoluție pozitivă, pașnică*. Spre deosebire de clasa politică, protestatarii ajung să dețină mai multă autoritate și legitimitate pentru acțiunile lor, în timp ce politicienii își pierd din credibilitate (Grigorași, 2015). Puteți observa mai jos o secvență în care internauții dialoghează, se organizează și propun diverse acțiuni.



Pot fi observate pe cuprinsul paginii de Facebook și spații comunicaționale mai puțin deliberative. Un exemplu ar fi conversațiile în jurul ACTA în care este folosit un limbaj licențios la adresa utilizatorilor ce susțin această lege. Însă, mesajele celor din urmă nu sunt șterse și nici accesul nu le este interzis. Strategia urmărită de administratorii paginii este ca, prin dialogurile pe diverse teme, cetățenii care sunt împotrivă să ajungă la alte concluzii. Prin urmare, interacțiunile cu utilizatorii pro-ACTA sunt benefice pentru protestatari. Indirect, este transmisă convingerea că rezultatul dialogurilor este în beneficiul tuturor.

Dacă ne referim la posibilitatea formării unei sfere publice virtuale, ar trebui să discutăm și despre funcțiile sistemului mediatic. În România, încrederea cetățenilor în informațiile apărute în media este diminuată prin diverși factori, printre care menționăm intruziunea politicului și tabloidizarea. În aceste condiții, indivizii se informează mai mult prin Internet și un rol accentual îl are rețeaua de cunoștințe a fiecăruia. Astfel, se explică faptul că Facebook este utilizat de un număr din ce în ce mai mare de internauți. Această rețea socială permite utilizatorilor să participe activ indiferent de mediul social de proveniență și să-și exprime liber opiniile. Având în vedere rezultatele analizei paginii *Piața Universității*, considerăm că a fost construită să funcționeze ca o arenă de dezbatere democratică. Totodată, remarcăm o anumită poziție critică față de media și actorii politici și faptul că utilizatorilor li se solicită să-și argumenteze punctele de vedere. În prima etapă a evoluției paginii, mai exact ianuarie-februarie 2012, *Piața Universității* a promovat un discurs mai rațional, datorită importanței acordate argumentelor. Este posibil ca acest aspect să fie o parte integrală a strategiei de comunicare, cu alte cuvinte protestatarii să evite să fie percepuți ca iraționali sau fără o perspectivă mai amplă asupra situației.

Investigând rețeaua de protestatari formată *online*, poate fi observat faptul că, în construirea unor conexiuni între o varietate de publicuri, conflictul a avut un rol pozitiv și nu a contribuit la fragmentarea acestora. Pagina se dezvoltă mai degrabă ca o comunitate virtuală. Nu constituie un mediu de dispută și confruntare între diverse grupuri având valori diferite, ci este o resursă importantă pentru a forma alianțe. Unitatea publicurilor componente și amalgamul de identități comunicaționale sunt prezentate precum atuuri.

2.7. Concluzii

În urma analizei datelor, am observat că pagina de Facebook *Piața Universității* a generat formarea unei arene deliberative (sunt articulate și

susținute cu argumente sau date concrete o diversitate de puncte de vedere și pot fi observate mecanisme de mediere și legitimare a unor probleme publice). Medierea este realizată de administratorii paginii, care preiau o parte dintre inițiativele utilizatorilor sau pozițiile acestora și le publică din nou solicitând opinia sau reacția celorlalți. Cu toate acestea, nu este observat un control accentuat asupra dezbaterilor. Conversațiile decurg una din alta, ca un fluviu. Administratorii au un rol redus care constă mai degrabă în a stimula interacțiunea de pe pagină. Așa cum am menționat în subcapitolele precedente, există grupuri cărora li se acordă o vizibilitate ceva mai redusă, cum ar fi separatiștii maghiari sau adepții legionarilor. În schimb, ideea de regalitate este recurentă, deși este prezentată uneori implicit și nu explicit, iar cei care o resping păstrează o atitudine de respect față de membrii familiei regale. Interesant este că această poziție este în concordanță cu viziunea *hacker*-ilor de la *Anonymous*. Deși promovează anarhismul, aceștia consideră că regele ar fi mai interesat de popor decât parlamentarii.

Primul obiectiv de cercetare a constat în a investiga dacă se poate forma o sferă publică virtuală. Am pornit prin a nu ne referi la spațiul public dintr-o perspectivă strict habermasiană. Am observat în schimb sfera deliberativă, prin aceasta înțelegând posibilitatea de a se forma puncte de vedere diferite și mecanisme de legitimare a interesului public. Analiza a evidențiat faptul că, la nivelul practicilor de dezbatere, nu au fost utilizatori care să se impună ca lideri și prin urmare, nici tentative de delegitimare a acestora. *Piața Universității* a evoluat mai degrabă ca o structură amplă, fără ierarhii și șefi. Prin dezbatere, utilizatorii și-au asumat rolul de cetățeni responsabili și bine informați, interesați să găsească soluții la problemele publice. Tipurile de resurse folosite pentru a construi această identitate comunicațională au fost: conexiunile cu alte pagini, *site*-uri, *blog*-uri și rețele sociale, portrete ale participanților la proteste, trimiteri la informații publicate în presă, construirea unei poziții de putere și de cunoaștere prin intermediul dispozitivului etc.

Au existat teme recurente pentru protestatari, cum ar fi sistemul corupt și care nu funcționează în beneficiul cetățenilor, *revoluția pozitivă* sau ACTA, iar formele de dezbatere predominante au fost conversațiile de tip fluviu, slab moderate. Efectul discursiv este că acestea lasă impresia că pagina evoluează *organic* (de la sine, fără stimulente și prea multe intervenții din afară sau din partea administratorilor).

Prin intermediul dispozitivului, utilizatorilor li se oferă aceeași poziție de putere, cu mici excepții discutate în subcapitolele precedente. Ca tip de cunoaștere oferită, putem discuta despre o îmbinare a rolului de expert cu informații factuale (dovezi, argumente, consecințe ale problemelor publice asupra vieții tuturor cetățenilor, observații personale etc.).

Particularitățile care apar *online* într-un astfel de cadru de dialog sunt legate de faptul că interacțiunile de pe pagină creează multiple conexiuni în rețea cu activiști, jurnaliști și actori cu factori de decizie la nivel internațional. *Piața Universității* devine o forță de presiune asupra politicienilor români. Conținutul publicat reușește să influențeze opinia publică la nivel național și internațional. Rezultatele acestei investigații oferă noi date în favoarea posibilității ca o sferă publică să funcționeze în mediul virtual, atât timp cât renunțăm la o perspectivă strict habermasiană, însă menținem accesul liber și egal, formarea unor probleme publice și a interesului comun în urma discuțiilor dintre utilizatori, cât și mecanisme de mediere între puncte de vedere diferite.

În cele din urmă ne vom referi la al doilea obiectiv de cercetare al lucrării, și anume care este relația dintre mass-media tradiționale și rețelele sociale în contextul protestelor. Considerăm că protestatarii adoptă o viziune critică și încearcă să convingă populația să apeleze la resurse alternative de informare, dar în același timp sunt create conexiuni cu jurnaliștii. Acest fapt poate fi explicat prin lipsa altor structuri mediatice naționale, diferite de mass-media tradiționale, care să permită ca un subiect de pe agenda paginii *Piața Universității* să ajungă în atenția publică și să formeze cadrul pentru o dezbatere mai amplă. Astfel, protestatarii fac referire la informațiile publicate în presă, deoarece nu au alternative prin intermediul cărora mesajele lor să ajungă la românii de pretutindeni. În același timp, vor să îi responsabilizeze pe jurnaliști să se documenteze mai bine și să nu promoveze interesele marilor corporații în schimbul unei sume de bani.

O formă emergentă de jurnalism civic *online* este *Casa Jurnalistului*[1], un grup de tineri profesioniști din media care se declară independeți și propun reportaje, investigații și proiecte media de calitate. Constatăm pe *site*-ul lor practica de a finanța munca depusă din banii utilizatorilor, materialele lor fiind *răspândite democratic pe rețelele sociale*. Inițiativa răspunde nevoii cetățenilor de a avea acces la informații *autentice* și un jurnalism credibil, fără intruziunea politicului și a corporațiilor. Jurnaliștii independenți implicați în proiect promovează un contradiscurs la articolele din mass-media tradiționale. O parte dintre reportajele și investigațiile lor au fost preluate și comentate pe pagina *Piața Universității*. În acest context, am putea discuta despre apariția unei sfere publice alternative sau *contrasfere*.

1. http://casajurnalistului.ro/despre/, accesat ultima dată la 12.05.2015, 12:16.

III. Identități virtuale formate prin pagina *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*

În capitolul precedent, am observat construcțiile identitare aparținând utilizatorilor paginii *Piața Universității* și tipul de spațiu comunicațional creat prin intermediul interacțiunilor dintre participanți. În următoarele rânduri, vom examina dispozitivul *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*, efectele de discurs generate la fiecare nivel al acestuia (dimensiunea istorică, marile subiecte abordate, structura paginii, scena vizuală, spațiu social creat, interacțiunea și interactivitatea și practicile de dezbatere predominante) și relațiile de putere (ce statut își construiesc participanții și care este imaginea transmisă despre politicieni și mass-media). Nu în ultimul rând, ne vom referi și la spațiul deliberativ construit prin interacțiunile utilizatorilor rețelei sociale Facebook.

3.1. Evoluția rețelei de activiști

Activiștii care militează împotriva începerii proiectului minier de la *Roșia Montană* nu au o singură pagină de Facebook reprezentativă, ci au creat de-a lungul timpului o structură complexă din care fac parte, printre altele, și *SOS Roșia Montană*, comunitatea *Uniți Salvăm* și *Uniți Salvăm Roșia Montană*. În perioada de timp analizată, ianuarie 2012-octombrie 2013, pot fi observate multiple ramificații virtuale ce susțin aceeași cauză. Este posibil ca evenimentele din Piața Universității și urmările acestora să le fi oferit contextul prielnic pentru a dobândi mai multă vizibilitate și mai mulți susținători.

Pagina a fost înființată în iulie 2010, primul mesaj încărcat fiind despre vacanță la Roșia Montană cu trimitere către două *blog*-uri:

> Vacanță de vară la Roșia Montană
>
> Ai auzit de Roșia Montană: vestigii romane, biserici seculare, monumente naturale… și oameni. Oameni care, asemenea moților lui Avram Iancu, se luptă pentru a-și păstra pământul, identitatea și natura.
> Nu sunt doar cuvinte. Este realitatea pe care roșienii o trăiesc în fiecare zi, de 15 ani. Vino să îi cunoști pe cei care au pornit campania Salvați Roșia Montană. Vino să asculți povestea lor, chiar de la ei.
> Vino 10 zile la Rosia Montana, în perioada 7-16 august 2010. Super-mega-giga-ofertă 300 de lei!
> Mai multe informații despre oferta și turism http://VizitatiRosiaMontana.blogspot.com
> Înscrierile se fac la adresa VizitatiRosiaMontana@yahoo.com.
> Mai multe informații despre Roșia Montană http://LuptaPentruRosiaMontana.wordpress.com
>
> Te așteptăm,
> Alexandru Binescu
> Asociația București

Încă de la început, scopul declarat a fost să salveze patrimoniul cultural prin includerea în UNESCO. Ca efect discursiv, este transmis faptul că, deși inițial nu aveau foarte multe resurse de promovare, activiștii au o direcție clară pe care o urmează mai departe. Identitatea creată este cea a unor activiști ce organizează festivaluri pentru tineri ca să îi formeze ca ecologiști și să ducă mai departe mesajele lor. Nu dispun de prea multe resurse, cea mai importantă fiind reprezentată de actorii sociali implicați în proiect. Dezvoltarea lor ulterioară aduce în discuție devotamentul lor, capacitatea de a-și forma o rețea mai amplă și eficiență în mobilizarea resurselor. În plus, conexiunile cu alți activiști și organizații din afară le oferă susținere pe termen lung și cunoștințe de specialitate. În septembrie 2013, devin o forță socială pe care politicienii nu o pot ignora.

Datele analizate relevă faptul că se creează un contradiscurs la narațiunile din media despre tineri ce nu mai sunt interesați de România, aleg drumul străinătății și se înstrăinează de tradițiile și valorile românești. În acest context, activiștii care se implică în acest proiect, își susțin țara de oriunde ar fi și sunt mândri că sunt români. Ca revers al europenizării și al americanizării, propun păstrarea și promovarea specificului local. Vor să formeze tineri ca ecologiști prin implicarea lor în proiecte de tipul *FânFest* (festival cultural și care promovează acțiuni civice și ecologice). Informații despre acest eveniment au fost publicate pe pagina *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*, iar utilizatorii rețelei sociale

Facebook sunt invitați să se implice. Un exemplu de mesaj care îndeamnă tinerii să nu rămână pasivi poate fi observat mai jos:



3.2. Imagini generate despre protestatari

În urma analizei datelor, am identificat următoarele categorii de conținut:

1. Informații despre proteste, *așa cum nu se văd la televizor*

Este comunicat publicului faptul că televiziunile prezintă trunchiat realitatea și dezinformează, un exemplu în acest sens dat de protestatari fiind și postul Antena 3 care publică un sondaj potrivit căruia majoritatea românilor ar fi de acord cu exploatările de la Roșia Montană. Ca replică, activiștii încarcă *online* propriile informații despre proteste.

Identitatea comunicațională a protestatarilor devine cea a unor cetățeni care nu se lasă ușor manipulați, dezvoltă o abordare critică față de mass-media și politicieni și ar dori ca utilizatorii rețelelor sociale să caute surse alternative de informare. Activiștii se identifică prin publicuri reactive ale căror perspective și acțiuni iau amploare, ca un bulgăre de zăpadă.



2. Mesaje despre unitatea protestatarilor, în pofida faptului că aparţin unor medii socio-culturale extrem de varietate (implicit este transmisă ideea că unitatea constă în diversitate)



Continuitatea acţiunilor protestatarilor pe teritoriul României este marcată printr-un conţinut de tipul:

Noi am fost hipi… aşa cum puteam în comunism… şi apoi la cenaclu…

3. Mesaje despre nerespectarea statului de drept de către președintele Traian Băsescu și parlamentari



4. Articole și informații preluate din presa internațională

> Reportaj CNN: Saving Roșia Montană would be a glory not only for Romanians, but for the world, because it would set a precedent. (Traducerea în română: Salvarea Roșiei Montane nu va fi doar o victorie pentru români, ci și pentru întreaga lume, deoarece ar constitui un precedent.)

Ca efect discursiv, este evidențiat un statut de putere atins de către protestatari. În același timp, problema lor devine de importanță internațională. Conservarea mediului înconjurător nu îi preocupă numai pe români. Mai mult decât atât, granițele dintre națiuni se estompează, ceea ce îi unește (nevoia de a păstra un specific local, tradițiile, promovarea unui patrimoniu cultural și împotriva corporațiilor și a intereselor de tot felul, care mai mult sărăcesc populația și poluează mediul înconjurător) fiind mai puternic decât diferențele.

5. Vizualuri puternice, precum:

Acțiunile de protest devin evenimente media de mare amploare și o oportunitate pentru fotografi să realizeze fotografii impresionante ce ar putea ajunge ulterior pe *site*-uri internaționale și la importante jurnale de știri din străinătate, ceea ce s-a și întâmplat.

Deși inițial au avut imagini negative în media, protestatarii se folosesc de rețelele sociale și alte resurse *online* pentru a-și construi în mod eficient identități mai complexe: nu sunt de acord cu proiectul companiei canadiene, însă au soluții ca să relanseze economic zona. Urmăresc o revoluție



pașnică și, deși unii utilizatori incită la violență și sunt mai combativi, activiștii merg pe același model inspirat din Mahatma Gandhi ca și alte mișcări sociale din ultimele decenii din Europa, Asia și Africa (Ghonim, 2012).

6. Creativitate și umor

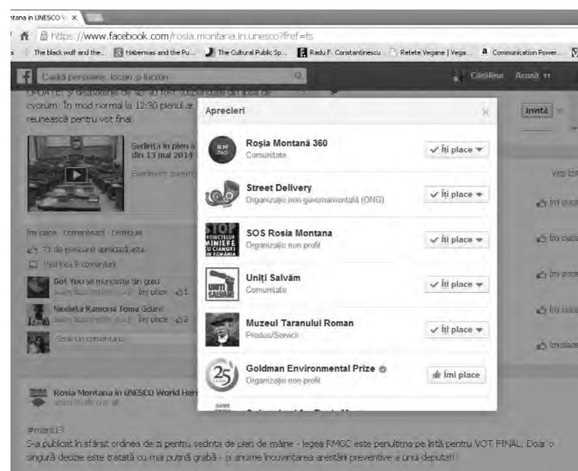


7. Portrete ale protestatarilor



8. Repertoriul acțiunilor de protest:

- Proclamația de la Câmpeni;
- Marea adunare a moților;
- Promovarea cauzelor pentru care luptă (inclusiv acțiuni de tipul *lobby and advocacy*;
- Conexiuni către diverse comunități, ONG-uri, organizații media, muzee etc.



• Evenimente:



Ca efect discursiv, este transmis faptul că protestatarii își organizează acțiunile ca într-un război de gherilă, cu multiple acțiuni și subunități în teritoriu ce mobilitează pentru aceeași cauză (modelul *Zapatista*, vezi secțiunea despre modele de mișcări sociale și practicile lor comunicaționale din cadrul teoretic al lucrării, capitolul al doilea). Este creată imaginea unei mișcări sociale ample, ancorată în trecut și cu multe direcții de evoluție în viitor.

Imaginea pe care și-o formează protestatarii este aceea de cetățeni implicați, preocupați de valorile poporului român. Își iubesc țara și nu vor permite marilor companii din afară să cumpere politicienii, să distrugă vestigii culturale și să înstrăineze aurul. Se află într-o poziție de putere și de cunoaștere (au strategie bine pusă la punct, tactici, parteneriate media solide, voluntari implicați și sunt uniți).

3.3. Identități fluide și lipsa cadrajului ideologic

Internauții care urmăresc activitatea paginii pot fi încadrați în șase mari categorii:

1. Tineri activiști, creativi, pașnici, cu viziune și dorință de a păstra tradițiile și valorile poporului român;
2. Moții care nu acceptă distrugerea unui habitat natural și se organizează să lupte împotriva companiei canadiene;
3. *Hipsteri* și cetățeni de toate vârstele interesați de activități culturale (au în general un stil de viață alternativ, mai puțin axat pe valori materiale; luptă pentru cauze globale cum ar fi pacea mondială sau salvarea pădurilor tropicale);
4. Utilizatori de rețele sociale din toată țara afectați de probleme de mediu cum ar fi despădurirea și gazele de șist;
5. Cetățeni români din străinătate care au plecat pentru că nu aveau de muncă, dar sunt în continuare atașați de România și preocupați de ce se întâmplă în țară;
6. Politicieni ce au hotărât să se alăture protestatarilor (de pildă Ilie Lucian, președintele comisiei juridice, din PNL Timiș).

Spre deosebire de *Piața Universității*, pe pagina *Roșia Montană* tipologia utilizatorilor este mai clar delimitată, iar identitățile comunicaționale sunt mai închegate. Acest fapt se datorează atingerii unui stadiu de maturitate al mișcării. Potrivit datelor de pe pagină, protestatarii intră în al șaisprezecelea an al rezistenței împotriva proiectului companiei canadiene.

În acest context, identitățile comunicaționale formate sunt cele ale unor actori sociali implicați, care se mobilizează și se coordonează pentru a-și atinge obiectivele. Transmit mesaje nu numai în calitate de cetățeni ai României, ci și ai planetei. Problemele lor sunt și ale altor popoare. Identitatea comunicațională pe care și-o construiesc le permite să formeze ușor conexiuni cu alți activiști și jurnaliști din presa internațională. Aceștia aderă la unele idei ale protestatarilor, se regăsesc în

lupta lor și se transpun în situația lor. O posibilă explicație ar putea fi identitățile fluide și lipsa cadrajului ideologic (Vezi secțiunea legată de evoluția teoriilor despre mișcările sociale din capitolul *Mișcările sociale și activismul civic online*).

3.4. Elementele vizuale și efectele generate

Scena vizuală a paginii *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* este compusă din copertă și secțiuni, unele dintre acestea făcând parte din structura unei pagini standard de Facebook (de exemplu *Cronologie* sau *Despre*), în timp ce altele sunt special concepute de către un informatician sau *web designer* (de pildă secțiunea *Roșia Montană în UNESCO*). Intervenția unui specialist în informatică personalizează cauza și o fac mai inteligibilă pentru internauți.

Coperta și fotografia de profil captează atenția utilizatorului de Facebook de prima dată când accesează pagina. Totodată sunt exprimate și obiectivele pe care și le propun protestatarii, printre care menționăm includerea Roșiei Montane în patrimoniul UNESCO și promovarea acestui ținut ca destinație turistică. Turismul se enumeră printre soluțiile propuse de activiști pentru a crea locuri de muncă și a asigura dezvoltarea durabilă a zonei, precum și conservarea habitatului natural.

Imaginea care întâmpină utiliatorul deține un anumit impact vizual și generează efecte de discurs despre identitățile comunicaționale ale participanților. Aceștia pot fi activiști, moți, protestatari, politicieni sau reprezentanți ai companiei canadiene.

3.4.1. Coperta: diversitate, solidaritate, rezistență

Transmite un mesaj către parlamanetari și poartă emblema protestatarilor, muntele care se transformă într-un lac plin de cianură. Culorile predominante sunt roșu – de la cianuri, însă induce și gravitatea situației – și verde. Este schimbată ocazional și uneori apar peisaje montane mirifice de la Roșia Montană.

Ca efect discursiv, este indusă ideea că protestatarii sunt mereu activi, hotărâți să își atingă obiectivele, iar politicienii vor fi nevoiți să ia în considerare și poziția activiștilor.

Poate fi observat faptul că, în dreptul fotografiei de profil, apare scris *Pagina comunității pentru Roșia Montană, Alba*, iar dedesubt este citatul

Un om valorează mai mult decât aurul pe care îl poartă. La fel și o țară. Este transmisă încă de la început ideea că activitatea paginii se desfășoară în numele unei comunități. Axa luptei este construită între comunitatea formată în jurul cauzei și corporația. Ca efect discursiv, este deconstruit faptul că bogăția cea mai mare a unei țări se reduce la metale prețioase (în cazul de față aurul). Astfel, cei care caută soluții pentru Roșia Montană ar trebui să ia în considerare toate resursele naturale, culturale și umane ale zonei. Activiștii încearcă să găsească, împreună cu utilizatorii Facebook, răspunsuri alternative (diferite față de cele propuse de compania canadiană *Gabriel Resources*) la problemele reale ale localnicilor.



Într-o altă fotografie de copertă (de pe 12 februarie 2015), protestatarii se solidarizează cu militanții pentru cauze similare din alte țări, exprimând astfel solidaritatea celor reprimați, care luptă împotriva marilor corporații. În acest context, pagina este doar un mic dispozitiv bine pus la punct dintr-o rețea mai amplă. Este construit statutul de putere al activiștilor, unitatea lor în diversitate, dar și o poziție de cunoaștere (explică faptele petrecute pe 3 februarie în Peru, contextul, personajele principale și cele negative). Totodată, este indusă ideea de forță de rezistență ce operează pe termen lung. Eventualele *victorii* ale corporațiilor nu vor oferi decât un context în care rețeaua se va organiza și va reacționa la nivel internațional. În schimb, compania canadiană *Gabriel Resources* nu reprezintă decât poziția și interesele unui grup de *investitori*, a căror principală resursă este cea financiară. Aceștia vor putea, eventual, invinge un grup anume, însă nu vor înfrânge întreaga rețea. Ea va continua să funcționeze. Aceasta este poziția de putere construită.



3.4.2. Construcția vizuală a paginii

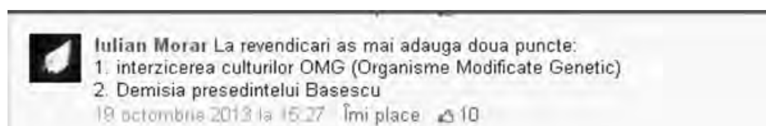
Roșia Montană in UNESCO World Heritage este construită să funcționze ca o platformă de informare și mobilizare, cu multiple conexiuni către grupuri internaționale de activiști. Conținutul încărcat creează importanța momentului și accentuează gravitatea problemelor, de unde și nevoia de a acționa.

Este creat conținut pentru toate categoriile paginii: *Cronologie*, *Despre*, *Fotografii*, *Clipuri video*, *Aprecieri*, *Evenimente*, *Roșia Montană în UNESCO* și *Notițe*. Pot fi observate trimiteri către *site* și Twitter. Totodată, sunt evidențiate conexiuni către pagini similare. *Roșia Montană in UNESCO World Heritage* funcționează ca o structură complexă pentru cei care militează împotriva proiectului minier. Este gândită strategic astfel încât informațiile să fie redistribuite de utilizatori pe profilurile acestora și să ajungă, în acest mod, în rețeaua socială *online* a fiecărui individ. Pe această cale, vor fi citite de o largă diversitate de publicuri și va crește gradul de conștientizare în rândul populației a problemelor menționate de către activiști.

3.5. Interacțiune și acțiuni de mobilizare

Pe pagina analizată, nu există propriu-zis o dezbatere de tip clasic. Utilizatorii împărtășesc aceeași cauză și au valori comune. Dialogurile dintre ei se desfășoară în felul următor: subiectul este anunțat de către administratorii paginii, ei având un control ridicat asupra activității *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*, încep discuțiile și sunt aduse la

cunoștința publicului alte rapoarte, studii de caz, situații similare din diferite țări, dovezi științifice etc. (o cunoaștere de tip expert). Utilizatorii propun revendicări suplimentare, organizarea unor proteste ulterioare, se aliază și se mobilizează. Își afirmă susținerea apăsând *Îmi place.*

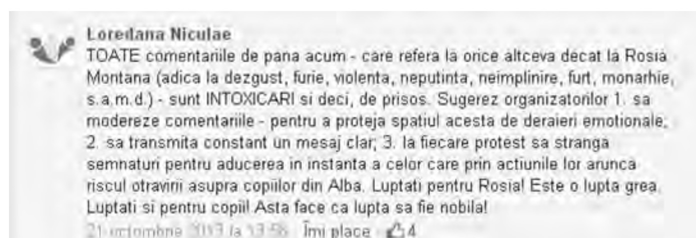


Forme de dezbatere pot fi observate în situațiile în care apar utilizatori cu puncte de vedere contra. Aceștia își susțin opiniile prin exemple. Ceilalți utilizatori intervin invocând imposibilitatea ca în cazul Roșia Montană corporația să acționeze pentru a maximiza beneficiile poporului român. Pot fi observați internauți care denunță conturi false de Facebook de unde sunt încărcate informații în favoarea proiectului și aduc argumente.

Există utilizatori care adresează întrebări celorlalți, însă nu întotdeauna primesc și răspunsuri. Nu se creează un context propice dezbaterii în jurul propunerilor lor. Accentul este pus pe acțiune și nu pe deliberare, la nivel discursiv fiind evidențiată gravitatea problemei *Roșia Montană*. În acest context, utilizatorii afirmă că tăcerea ucide și îndemnă populația să nu rămână indiferentă. Un exemplu de mesaj poate fi observat mai jos:

> Copiați și dați mai departe informația ca să afle întreg poporul român! Tăcerea ucide, dacă nu acum, în curând. Nu fii indiferent. (mesaj încărcat online de către utilizatoarea Gabriela Romaria)

Prelucrarea datelor nu confirmă existența unor poziții solide pentru proiectul companiei *Gabriel Resources*. Totuși, susținătorii proiectului minier își încarcă mesajele pe pagină, dar acestea nu au un răsunet mai departe. Rămân la stadiul de *enclave*. Acești utilizatori nu sunt restricționați, comentariile lor nefiind șterse de către moderatori. În schimb, pot fi observate poziții ferme împotriva acestor indivizi. De pildă, utilizatoarea de Facebook Loredana Niculae solicită organizatorilor să dețină un control constant asupra mesajelor transmise.



3.5.1. Acces, control și relații de putere

Administratorii paginii supraveghează interacțiunile și hotărăsc subiectele cele mai importante. Tot lor, le revine sarcina de a modera și de a stabili dacă există utilizatori ale căror comentarii ar trebui șterse. Administratorii se află într-o poziție de putere și de cunoaștere, însă împărtășesc informațiile lor cu susținătorii protestelor. Este o structură ierarhică în care liderii sunt greu de observat, deoarece acțiunile sunt descentralizate. În schimb, sunt observate imagini unde apare Eugen David ce vorbește în numele moților. Transmisiunile video aparțin postului Nașu TV (televiziune independentă). Eugen David este considerat doar reprezentativ pentru moți. El nu intervine pe pagină și, prin urmare, nu este recunoscut în calitate de lider al protestatarilor. Ulterior, participă prin *Skype* la conferințe internaționale despre mișcări sociale, unde discută despre cazul Roșia Montană.

Există actori sociali marginalizați, cum ar fi cei care susțin că exploatările miniere ar crea locuri de muncă și patrimoniul cultural este protejat. Nu beneficiază de prea multă vizibilitate, iar uneori sunt chiar jigniți. Sunt aduse în discuție conturile false de Facebook de unde sunt încărcate mesaje ce promovează poziția companiei canadiene.

Fluxul interacțiunilor se reconfigurează în momentul în care sunt invocate acțiuni menite să intimideze protestatarii sau să îi supravegheze mai atent, cum ar fi faptul că aceștia sunt urmăriți din aer cu ajutorul unor drone[1]. În urma unor astfel de relatări, utilizatorii paginii se solidarizează și se implică mai mult în dialogurile *online*. Redistribuie totodată informațiile încărcate pe *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*. Este consolidată forța de rezistență creată *online*.

Având în vedere analiza datelor încărcate pe pagina de Facebook investigată, considerăm că se formează următoarele relații de putere:

- o rețea internațională complexă de activiști și cetățeni interesați să își păstreze cultura locală specifică;
- o diversitate de resurse ce pot fi utilizate pentru mobilizare, coordonare și informare (cunoașterea de tip expert este predominantă);
- o contrapondere la discursul din mass-media tradiționale;
- o forță de rezistență.

---

1. http://www.aviatiamagazin.com/headline/protestatarii-din-bucuresti-supravegheati-cu-drone-foto/, ultima dată accesat la 27.05.2015, 16:02.

3.5.2. Construirea responsabilității colective

Prin intermediul paginii de Facebook, sunt semnalate următoarele tipuri de probleme: rapoarte false prezentate presei și opiniei publice (manipulare), politicieni ușor de cumpărat (corupție), faptul că proiectul în sine nu promovează interesele poporului român, indiferența și cazuri de *trădare* (cum ar fi un academician român ce își exprimă îngrijorarea că patrimoniul cultural poate fi salvat doar de către compania *Gabriel Resources*). La acestea se adaugă altele conexe, precum Pungești sau efectele exploatării prin cianurarea solului pe termen lung, în diverse țări.

În ceea ce privește problema corupției și a manipulării, constatăm că activiștii le-au prezentat de la început ca fiind conectate. Pe de o parte, politicienii sunt dezinteresați, ușor de cumpărat, iar corporația se folosește de aceștia și de sistemul mediatic pentru a-și promova propriile interese. Astfel, manipularea este o strategie folosită deopotrivă de politicieni și de reprezentanții corporației. Primii se folosesc de manipulare pentru a obține beneficii materiale, iar cei din urmă pentru a-și maximiza profitul. Spre exemplu, în imaginea de mai jos este pusă la îndoială obiectivitatea comisiei care investighează situația de la Roșia Montană, politicienii enumerați (Toni Greblă, Gabriela Firea și Ioan Dârzu) sunt considerați de activiști favorabili proiectului. Aceeași atitudine este exprimată și în cazul ministrului culturii, Daniel Barbu, care se folosește de puterea deținută pentru a „intra în posesia banilor RMGC". Acest tip de discurs a fost păstrat pe toată perioada de timp analizată.





Formele de angajament și tipurile de responsabilități se adresează tuturor cetățenilor. Responsabilitatea este construită colectiv. Fiecare ar trebui să ia parte la schimbare prin implicarea în acțiuni menite să oprească definitiv exploatarea și să găsească soluții privind dezvoltarea durabilă a zonei (sustenabilitate). Astfel de mesaje sunt:

> Uniți salvăm Roșia Montană și o Țară!!! (utilizatorul Paul Clipota)

> Promovează petiția interna?ională adresată pre?edintelui Comisiei Europene Jose Manuel Barroso pentru interzicerea cianurii în minerit! (mesaj încărcat de către administratorul paginii)

> Deschideți ochii oameni buni, de când e benefică cianura și cine își bea ceaiul cu acid clorhidric – doar una dintre componentele aflate în cocktailul pentru fracking. (utilizatoarea Emanuela Barani)

> *Declarația de la Câmpeni* 19.10.2013 să fie semnată *online* și prin punctele stradale de toată populația României! Noi și copiii copiilor noștri suntem moștenitorii de drept ai pământului, a întregii bogății naturale lăsate de străbunii noștri daci! (utilizatoarea Ann Anasha)

În aceste exemple, se pot observa enunțuri imperative, îndemnuri și declarații. Declarația este un comportament de enunțare ce semnalează asumarea unei hotărâri importante căreia îi este oferită vizibilitate publică. Este marcată semnificația și urgența unei situații, iar comunicatorii își construiesc o poziție de cunoaștere și de autoritate (Beciu, 2011). În comparație cu pagina de Facebook *Piața Universității*, *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* este un dispozitiv care conține mai puține interpelări. Comportamentele de enunțare predominante sunt constatările și declarațiile. Primele introduc în scenă o *relație de egalitate* între activiști și cetățeni și prezintă faptele ca fiind obiective, iar celelalte permit construcția unui anumit statut de putere (Beciu, 2011). Astfel, protestatarii își atribuie pe plan social rolul de a rezolva o problemă publică, nu rămân

impasivi și trec la acțiune. În același timp, transmit că se află într-o poziție de cunoaștere. Au evaluat situația și știu ce măsuri sunt necesare.

Cele două dispozitive analizate se aseamănă din punct de vedere al formelor de angajament prin:

- interpelări pozitive;
- responsabilitate construită colectiv;
- invocarea consecințelor problemelor publice asupra vieții tuturor, la mai multe niveluri.

Diferențe notabile sunt:

- pe pagina *Piața Universității* sunt observate numeroase obligații și interpelări, în timp ce pe cealaltă predomină enunțuri imperative, declarații și constatări;
- în primul caz platforma comunicațională promovează o diversitate de puncte de vedere și viziuni, iar în cel de-al doilea activiștii pun accentul pe unitate și solidaritate (viziunile utilizatorilor se aseamănă foarte mult).

Putem observa că la nivel discursiv este transmis faptul că deciziile pe care le iau cetățenii – ar putea fi și de a rămâne impasibili – ar trebui gândite pe termen lung și raportate la ceea ce ar fi bine pentru urmașii românilor. În același timp, este transmisă ideea de unitate și de solidaritate. În alte mesaje, este menționat că bogățiile solului nu ar fi cele mai de preț resurse și că am fost învățați că banii contează cel mai mult. Utilizatorii propun să deconstruim această idee și să căutăm *adevăratele valori*. Sunt invitați toți românii să se alăture acestui demers care ar trebui să dureze ca să aibă cu adevărat efect.

Problemele publice sunt legitimate prin impactul lor la mai multe niveluri ale vieții sociale pe termen lung (social, de mediu, de sănătate, cultural, politic). De multe ori sunt aduse în discuție fapte din trecut, cum ar fi că românii și-au apărat teritoriul de străini sau indiferența și sentimentul de neputință care a avut multiple consecințe.

Observăm pe cuprinsul paginii *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* mai degrabă spații nondeliberative, deoarece nu există un mediu comunicațional propice pentru a se forma o diversitate de puncte de vedere. Internauții se sprijină și se susțin unii pe alții ca într-o comunitate. Identitățile comunicaționale generate pentru utilizatorii paginii aparțin unei categorii de indivizi care consideră că unitatea într-o astfel de situație este extrem de importantă. Opiniile contra nu fac decât să creeze mai multe reacții ale publicurilor și nu este observată nici o poziție solidă și puternic argumentată în favoarea începerii exploatării.

Spre deosebire de mesajele încărcate de către administratorii paginii *Piața Universității*, pe *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* nu este solicitată părerea argumentată a utilizatorilor rețelei sociale Facebook. În general, sunt aduse la cunoștința publicului evenimente, informații despre proteste și ceea ce se întâmplă în alte state (accentul este pus pe nevoia de solidaritate la nivel internațional). Este o agendă destul de bine planificată, iar utilizatorilor li se cere cooperarea. Pot delibera și organiza alte acțiuni pornind de la conținutul încărcat *online*. Urgența momentului creează necesitatea de a acționa imediat. În acest context, dezbaterii nu i se acordă un rol central.

3.6. Identități discursive și strategii de legitimare

În acest subcapitol, ne referim la identitățile generate pentru actorii sociali construiți la nivel discursiv ca fiind cei mai importanți: indivizii ce se împotrivesc proiectului, jurnaliștii, politicienii și corporația. Totodată, observăm și efectele discursive formate. La final, vom examina întreaga pagină ca *dispozitiv*.

Protestatarii sunt construiți ca indivizi responsabili și bine informații, în special prin resurse alternative cum ar fi Nașu TV, ziarul *Apusenii liberi*[1], prin conexiunile cu activiști din alte țări, dar și articole din mass-media tradiționale care conțin argumente împotriva proiectului minier. *Apusenii liberi* poate fi citit *online*, prima pagină a ediției din octombrie 2013 fiind redată mai jos:


APUSENII LIBERI

S-AU RIDICAT MOȚII!

LEGEA DISTRUGERII ROȘIEI MONTANE
NU
ÎN NUMELE MEU!

sâmbătă, 19 octombrie 2013, ora 14:00
MAREA ADUNARE DE LA CÂMPENI

1. http://apusenii-liberi.ro/, accesat ultima dată la 27.05.2015, 14:16.

Protestatarii își doresc promovarea valorilor naționale, protejarea habitatului natural și propun soluții pentru dezvoltarea economică a Roșiei Montane. Susțin că resursele pământului nu ar trebui să aparțină nici unei corporații și nici măcar populației României de acum. Datoria tuturor este că aibă grijă de natură pentru generațiile viitoare.

Jurnaliștii ar putea să promoveze interesele companiei, însă ar trebui responsabilizați. În conținutul paginii sunt menționate deseori televiziuni care se susțin din bani proveniți de la politicieni sau partide. Aceste instituții media sunt date ca exemple negative, iar utilizatorii sunt îndemnați să le boicoteze (să nu mai urmărească produsele lor mediatice). În același timp, sunt menționați și jurnaliști care prin articolele lor împărtășesc poziții în favoarea acțiunii activiștilor și în defavoarea companiei canadiene, de pildă sunt preluate de pe *site*-ul *CNN*. Astfel, reprezentanții mass-media internaționale ar putea deveni aliați din motiv ce protestatarii se pot folosi de materialele scrise și audio-vizuale ale acestora pentru a încerca să influențeze opinia publică internațională.

Alți actori antrenați în discuțiile dintre utilizatorii paginii de Facebook *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* sunt politicienii și cei ce reprezintă compania canadiană. În timp ce primii sunt construiți ca fiind coruptibili, nelegitimi pentru că acționează în numele cetățenilor și nu cunosc suficient de bine problemele reale ale românilor, ceilalți sunt manipulatori, au suficientă putere și resurse și nu vor acționa decât în interes propriu (nu își propun să conserve vestigiile istorice și nu sunt suficient de interesați de conservarea mediului înconjurător). Cu toate acestea, la nivelul interacțiunilor de pe rețeaua socială *online* Facebook, responsabilitatea este construită colectiv și revine tuturor. Cetățenii ar trebui să reacționeze acum, să fie solidari, să conștientizeze problema reală și să nu aștepte ca liderii politici să le ofere toate soluțiile. Una dintre cauzele menționate de către activiști pentru situația de la Roșia Montană, dar și în ceea ce privește poluarea mediului înconjurător în general, este ignoranța românilor. Astfel, protestatarii își propun să construiască o societate civică activă, care reacționează ori de câte ori este nevoie și caută în permanență cele mai eficiente soluții.

În ceea ce privește sfera deliberativă construită prin intermediul paginii *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*, constatăm că utilizatorii nu au discutat despre regulile unei dezbateri *online*, ci au preluat modelul de interacțiune standard al rețelei sociale Facebook. Pagina a avut mai degrabă scopul de a promova viziunea activiștilor și de a-i convinge și pe alți utilizatori să se implice activ.

Există participanți care încearcă să se impună și susțin poziția companiei canadiene, însă nu reușesc. Intervin ceilalți și readuc discuția pe agenda

activiștilor. Sunt acuzați că sunt angajați de corporație să facă asta. La nivelul corpusului observat, s-a constatat că există o agendă bine delimitată a protestatarilor și un plan de acțiune. Legitimarea problemelor publice se realizează prin discuții privind impactul major la nivel social. Totodată, sunt aduse în discuție efectele de lungă durată asupra mediului înconjurător. În acest mod, este construit interesul public. Dacă un utilizator menționează o situație care se încadrează în aceste criterii (afectează un habitat natural pe o durată mai lungă de timp și, implicit, o comunitate umană), atunci problema în sine are mari șanse să obțină vizibilitate *online* și să ajungă pe agenda activiștilor civici.

3.7. Concluzii

Prin comparație cu *Piața Universității*, pagina *Roșia Montană in World UNESCO Heritage* se distinge prin faptul că: (a) nu sunt observate dezbateri; (b) instanța comunicațională menține un control ridicat asupra interacțiunilor; (c) nu se constată formarea unei largi diversități de puncte de vedere; (d) accentul este pus pe acțiune și nu pe deliberare; (e) nu este solicitată părerea argumentată a utilizatorilor; (f) pot fi observate mai degrabă spații non-deliberative. Prin urmare, se creează două arene comunicaționale diferite. În cazul *Pieței Universității* dispozitivul este unul deschis, permisiv. Utilizatorii comunică de pe poziții egale și pot influența agenda de dezbateri. Mai mult, aceasta este construită în mod activ. În cazul *Roșia Montană*, observăm un dispozitiv format în timp. Având în vedere că subiectul Roșia Montană este discutat de mai mulți ani în spațiul mediatic tradițional, dispozitivul Facebook creat reprezintă o sinteză a evoluției acestei probleme. Agenda de dezbateri este deja trasată, iar utilizatorii sunt antrenați în acțiuni stabilite înainte.

Referitor la problema identitară, pe pagina *Piața Universității* narațiunile create răspund la întrebarea „cine sunt protestatarii?", aceștia fiind definiți prin termenul de „ciumpalac". În cazul Roșia Montană, chestiunea identitară este de fapt „cine sunt românii, cine suntem noi toți?". Identitatea nu mai este construită pasiv, ci activ, prin implicarea directă a cetățenilor în problemele trasate de instanța comunicațională. Mai exact, se transmite faptul că moții, activiștii și cetățenii României în general au ajuns să facă parte în prezent dintr-o societate civică înzestrată cu inițiativă. Cu alte cuvinte, soluția problemelor nu mai este așteptată din exterior, cetățenii sunt cei care iau atitudine. Prin urmare, ei sunt plasați pe o poziție de putere și de cunoaștere, deoarece au resursele necesare pentru a acționa și știu ce trebuie făcut.

În ceea ce priveşte condiţiile de producere ale dispozitivelor analizate, în cazul paginii *Piaţa Universităţii* se constată că aceasta a fost creată ca urmare a acumulării mai multor probleme publice care au erupt în contextul demiterii lui Raed Arafat. Cauzele reale ale creării acestui dispozitiv au fost evidente ulterior, pe măsură ce utilizatorii s-au implicat în interacţiunile *online* şi protestele din stradă au luat amploare. Astfel, s-a plecat de la o problemă punctuală, de la care discursul utilizatorilor a evoluat spre subiecte mult mai complexe, ce necesită dezbatere publică. Aceste subiecte reprezintă de fapt substratul real al nemulţumirilor acumulate în timp. În cazul *Roşia Montană*, dispozitivul reprezintă un instrument în plus de comunicare al activiştilor. Problema are deja o tradiţie în spaţiul mediatic tradiţional.

Pe baza dispozitivelor analizate se pot distinge o serie de tendinţe discursive legate de activismul civic *online*. Mediul *online* este folosit ca un spaţiu de organizare şi mobilizare. Totodată, este un mediu de comunicare complementar celor tradiţonale (dezbatere mediatică şi întâlniri directe). Se pot construi agende de dezbatere – cetăţenii vin cu probleme şi argumente, studii de caz, propuneri. Cele două dispozitive analizate relevă *patternuri* diferite de comunicare: în cazul *Pieţei Universităţii* dezbaterea este fragmentată, iar în cazul *Roşia Montană* activiştii sunt bine organizaţi, iar comunicarea este centralizată. Mediul *online* poate constitui un spaţiu eficient de promovare a unei cauze atunci când comunicarea este centralizată şi dirijată de o instanţă comunicaţională care impune agenda comunicaţională şi de activităţi (cum se întâmplă în cazul *Roşia Montană*). Cu toate acestea, în cazul unor activităţi spontane de protest (*Piaţa Universităţii*), discursul este fragmentat în probleme mici, iar capacitatea de influenţă la nivelul autorităţilor este de asemenea mai mică. Nu în ultimul rînd, activiştii din România au o reţea de instrumente de comunicare şi o strategie bine conturată şi alianţe la nivel internaţional. Ei se află într-o poziţie de cunoaştere, prin urmare deţin resursele necesare pentru a acţiona şi au *know how*.

Revenind la prima întrebare de cercetare a prezentului studiu („Paginile analizate contribuie la formarea unui spaţiu deliberativ şi implică o varietate de actori sociali?"), rezultatele confirmă parţial existenţa unui spaţiu deliberativ pe pagina *Piaţa Universităţii* şi atestă un cadru non-deliberativ pe pagina *Roşia Montană*. Cu alte cuvinte, pe pagina *Piaţa Universităţii* sunt exprimate puncte de vedere diferite, există mecanisme de mediere între acestea şi se formează probleme publice. Mai mult, există categorii diferite de actori care contribuie la dialog: şomeri, casnice, tineri (în special studenţi), intelectuali, membrii ai ONG-urilor, suporterii unor echipe de fotbal, protestatari din toată ţară, din diaspora sau străini. Cu toate acestea,

spațiul deliberativ creat este diferit de cel habermasian. Medierea nu se face după reguli bine delimitate. Uneori, un simplu utilizator poate acționa din poziția mediatorului, iar rezultatul deliberării este o sinteză a punctelor de vedere exprimate, dar care nu urmează o direcție clară. Mai mult, se poate observa emergența unor spații deliberative paralele. Diferite categorii de utilizatori ai paginii discută în paralel aceeași problemă din perspective diferite, fără a exista un consens la nivel general – de exemplu, monarhiștii au o viziune distinctă față de cea a anarhiștilor în ceea ce privește cea mai bună formă de guvernământ.

În cazul paginii *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*, caracterul deliberativ este redus deoarece punctele de vedere nu sunt la fel de variate. Participanții la dialog au viziuni similare și colaborează pentru atingerea acelorași obiective de acțiune. În acest caz, nu sunt create probleme publice în afara agendei activiștilor. Rolul paginii este unul de organizare și mobiliare a utilizatorilor și nu este orientat spre deliberare. Ia naștere astfel un spațiu omogen în care categorii sociale diferite, mai bine definite decât în cazul *Pieței Universității* (tineri activiști, moți, *hipsteri*, utilizatori de rețele sociale din toată țara afectați de probleme de mediu, diaspora, politicieni ce au hotărât să se alăture protestatarilor), militează de pe aceeași poziție împotriva proiectului.

A doua întrebare de cercetare se referea la modalitatea de construcție a problemelor publice. Rezultatele studiului indică faptul că în cazul paginii *Piața Universității* tonul este unul revendicativ, protestatar. Problemele sunt construite preponderent prin comportamente de enunțare precum obligația și interpelarea. Se cultivă astfel un tip de discurs „noi *versus* ei", o delimitare clară între protestatari și clasa politică. Totodată, în construcția discursivă a problemelor publice se pleacă de la evenimente/contexte concrete (demiterea lui Raed Arafat, nerespectarea principiilor statului de drept), care creează o bază pentru extinderea discuției. Contextul este astfel generalizat, iar de la problemele existente la nivelul democrației din România se ajunge la dezbaterea lipsurilor sistemului democratic occidental în general.

Pe de altă parte, în cazul paginii *Roșia Montană*, problemele publice sunt construite preponderent cu ajutorul unor comportamente de enunțare precum declarația, enunțul imperativ, constatarea. Astfel, se construiește obiectivitatea și urgența situației discutate, iar comunicatorii își formează o poziție de cunoaștere și de autoritate. Rolul pe care și-l atribuie protestatarii este acela de cetățeni activi și responsabili, care își asumă soluționarea problemelor. Ei acționează astfel dintr-o poziție de putere. De această dată, cetățenii nu mai joacă rolul protestatarului, al

revendicatorului, ci propun soluții de acțiune concretă. Discursul este unul omogen pe toată perioada analizată, iar problemele sunt deja formate și setate de instanța comunicațională. Rolul acestei pagini de Facebook este de a spori vizibilitatea cauzei discutate și de a organiza utilizatorii pentru acțiuni concrete. Nu în ultimul rând, pagina reunește diferite tipuri de actori subsumați aceleiași categorii – oameni interesați de problemele de mediu. Fiecare pune în comun puncte de vedere din spațiul social de proveniență și contribuie astfel la mobilizarea celorlalți participanți la discuție. Accetul în acest caz este pus pe solidaritate și unitate.

IV. Concluzii finale ale cercetării

În această lucrare, am analizat sfera publică, fenomenul activismului civic *online* și contribuția rețelelor sociale la construcția unui cadru deliberativ. Principalul obiectiv al cercetării a constat în a investiga dacă se poate forma un spațiu public[1] în mediul virtual și condițiile sale de producere. Am încercat să situez această problemă într-o discuție mai amplă despre procesul de deliberare *online* și identitățile discursive construite de către participanții la dezbateri. Am pornit de la premisa că modurile de interacțiune sunt influențate de către construcțiile identitare virtuale (identități discursive, *status* și relații de putere). Astfel, mi-am propus să urmăresc un spațiu comunicațional *online* și care este specificul acestuia, din punctul de vedere al formelor de dezbatere. Mai exact, am urmărit în ce măsură în mediul virtual există condițiile necesare pentru a se forma puncte de vedere diferite, aflate într-un proces de negociere, și cum sunt construite problemele publice. Am investigat și cum este invocat interesul public pentru a legitima diverse perspective asupra realității. Principala întrebare este în ce măsură sunt îndeplinite condițiile de formare a unui spațiu deliberativ.

În cadrul analitic al lucrării abordez concepte precum sfera publică, publicuri subalterne (*contrapublicuri*), publicuri marginalizate, activism media, mișcări sociale, activism civic *online*, rețele sociale, spațiu deliberativ și status *online*. Aprofundez modul prin care pot fi delimitate conceptual formele de protest investigate (*Piața Universității* și *Roșia Montană*) și dacă paginile de Facebook analizate sunt relevante pentru noile mișcări sociale și practicile comunicaționale ale acestora.

1. S*pațiul public* și *sfera publică* sunt folosite în această lucrare precum două concepte echivalente, deși în unele cercetări științifice se consideră că spațiul public include și domeniul public.

În legătură cu prima problemă, am ajuns la concluzia că *Roșia Montană* poate fi considerată o mișcare socială pentru că este o formă de contestație construită colectiv prin care activiștii urmăresc să influențeze deciziile și acțiunile guvernanților în moduri de interacțiune susținută și pe o durată mai mare de timp (Tilly, Tarrow, 2011). În plus, are la bază o rețea dinamică formată dintr-o varietate de indivizi, grupuri și organizații (Diani, 1992). În comparație cu *Roșia Montană*, fenomenul social *Piața Universității* (ianuarie-februarie 2012) poate fi definit cel mai bine prin conceptul de protest. Acesta prezintă trăsături comune cu cu *15 M* sau *Indignados*, însă are o durată scurtă.

În ceea ce privește cea de-a doua problemă, considerăm că paginile de Facebook analizate sunt reprezentative pentru a investiga noile mișcări sociale și practicile lor comunicaționale. Motivelele constau în particularitățile lor care ne permit observarea unor *pattern*-uri de comunicare. Printre aceste particularități enumerăm: multiplele conexiuni construite cu alte grupuri de activiști și protestatari din lume (trimitere către dimensiunea transnațională a protestelor), identitățile fluide și lipsa profesionalizării formale a membrilor (o distanțare față de ideea de calificare formală și sistem educațional convențional) precum și un discurs anticorporativ.

Un alt aspect analitic al lucrării se referă la raportul dintre spațiul public și cel privat și măsura în care rețeaua socială *online* Facebook, în calitate de *dispozitiv* socio-tehnic, instituie o sferă deliberativă. Demersul analitic a evidențiat faptul că rețelele sociale accentuează relativizarea distincției public-privat. Mai mult de atât, putem discuta despre un spațiu deliberativ construit prin intermediul interacțiunilor *online*, deoarece în urma utilizării platformei de comunicare Facebook sunt evidențiate perspective variate despre problemele cetățenilor și este invocat interesul public de către participanții la dezbateri. Un exemplu în acest sens sunt referirile la efectele de lungă durată asupra mediului înconjurător care ar avea un impact major asupra calității vieții tuturor românilor (cazul Roșia Montană).

Pentru a investiga tipul de spațiu comunicațional creat și practicile discursive ale utilizatorilor în mediul virtual, am folosit ca metode de cercetare analiza de dispozitiv și analiza de discurs. Prima metodă îmi permite să observ felul în care resursele comunicaționale materiale, tehnologice, logistice și simbolice sunt utilizate strategic astfel încât să creeze un spațiu de interacțiune între participanți. Mai exact, în studiul empiric al lucrării analizez: cine sunt participanții și cum se negociază regulile dezbaterii, care sunt relațiile de putere formate și cum se reconfigurează acestea, cum își construiesc propria imagine virtuală, în ce mod

își negociază identitățile comunicaționale, mecanismele de legitimare a unor probleme publice (forme de angajament și tipuri de responsabilități contruite în cadrul interacțiunilor dintre participanți) și ce practici de dezbatere sunt folosite și care sunt cele predominante. Analiza de discurs este utilizată pentru a completa demersul de cercatare. Prin intermediul ei, pot fi observate interacțiunile dintre participanți și statusul pe care și-l formează la nivel discursiv (sunt examinate cu precădere construcțiile verbale, pronumele personale, modurile de enunțare și efectele discursive astfel instituite).

Problematica acestei cercetări se situează în literatura de specialitate pe o linie transdisciplinară, la granița dintre științele comunicării, sociologie și politologie. Rezultatele studiilor empirice aduc dovezi în favoarea faptului că Internetul contribuie la consolidarea societății civice. Pot fi observate mai multe inițiative civice, dar și o mai mare implicare a indivizilor în comunitate. Cetățenii devin mai activi pe plan civic și social. Cu toate acestea, utilizarea noilor media nu antrenează neapărat un proces de democratizare la nivelul fenomenelor politice. În plus, concepte precum *spațiul public* sau *sfera deliberativă* nu pot fi operaționalizate *online* conform diverselor abordări mai mult sau mai puțin normative din literatura consacrată spațiului public. Trebuie menționate în acest sens fragmentarea mediului online și faptul că nu poate fi disociat de interesele comerciale ale marilor companii care urmăresc să-și maximizeze profitul (Papacharissi, 2010). Din aceste motive, studiile din domeniul științelor comunicării operaționalizează conceptul de spațiul public *alternativ* (Squires, 2002; 2007). Acesta se formează ca reacție la discursurile dominante care introduc o anumită viziune asupra lumii și înglobează forme de excluziune socială (publicul feminin, populația de culoare, minoritățile). Folosirea Internetului facilitează construcția unui spațiu comunicațional alternativ cu identități discursive specifice și un discurs critic, antisistem, din motiv ce permite o varietate de agende și forme de dezbatere. Se formează o diversitate de arene discursive unde este invocat un alt interes public.

Prin studiul de față, propunem un demers complementar cercetărilor științifice din domeniu, deoarece analizăm cadrul deliberativ care se formează *online*, prin utilizarea rețelei sociale Facebook. Pentru a observa în ce măsură putem discuta despre deliberare, sunt investigate identitățile virtuale ale protestatarilor-utilizatori și modul de formare al problemelor publice, dar și problema accesului (cât de inclusiv este acest mediu, dacă există grupuri discriminate și cum este construit interesul public).

În prima parte am propus un cadru analitic referitor la problematica activismului politic online în relație cu formarea unor practici deliberative. În cea de-a doua parte, am discutat despre metodologia lucrării (metode de cercetare folosite, am explicat conceptul de *dispozitiv*, am discutat despre tipuri de cercetări ce utilizează analiza de dispozitiv, construcția ariei empirice și instrumentul de analiză) și am dezvoltat studiul de caz.

Pagina de Facebook: status, identități și relații de putere

Analiza celor două dispozitive relevă faptul că prin intermediul conținutului vizual (fotografii reprezentative, portrete), discursuri identitare și moduri de interacțiune și dezbatere sunt construite imagini despre protestatari, clasa politică, profesioniști din media și reprezentanții corporației. Mai mult de atât, în cazul Roșia Montană a fost observat și un discurs legat de identitatea națională a românilor, din țară și din diaspora. Pagina de Facebook este un spațiu incluziv, nu creează delimitări stricte între diverse grupuri sociale. Astfel, sunt construite mai degrabă identități fluide, cum ar fi jurnaliști ce înțeleg cauza activiștilor, problemele lor și aderă la unele din ideile promovate de protestatari.

Datele relevă și existența unui discurs *noi versus ei*, unde adversarii ar fi actorii politici interesați doar de propria avuție, însă accentul este pus pe responsabilitatea colectivă a tuturor românilor de a găsi soluții la problemele actuale și de a le implementa.

Dispozitivul Facebook generează status și relații de putere. Prin intermediul paginilor *Piața Universității* și *Roșia Montană in UNESCO World Heritage*, cetățenii României sunt construiți în mod activ, au capacitatea de schimba o situație problematică, au acces la resurse și știu cum trebuie să acționeze. Mai mult, prin alianțe cu numeroase grupuri de activiști din lume și jurnaliști independenți (fenomen numit *media activism*), pot influența la nivel internațional deciziile politicienilor români. Putem afirma că opinia publică este activată la un stadiu transnațional. Există numeroase cercetări legate de sfera publică transnațională, funcțională prin intermediul Internetului. Granițele dintre *problemele noastre* (ale românilor) și *problemele lor* (ale cetățenilor altor țări) sunt din ce în ce mai fluide și se construiește sentimentul de apartenență la o comunitate mai largă. În concluzie, prin utilizarea rețelei sociale Facebook, activiștii civici din România se află într-o poziție de putere și de cunoaștere și transmit acest mesaj mai departe.

Cum este integrat mediul online în strategia activiștilor

Analiza empirică evidențiază o serie de practici de comunicare dezvoltate de către activiștii civici pentru a rezolva o problemă punctuală (cazul Roșia Montană) sau care are trimiteri la nemulțumirile generale ale populației (cazul Piața Universității). Astfel, prin utilizarea rețelei sociale Facebook, sunt create agende de dezbatere (implică construcția unor probleme, argumente, exemple clare, propuneri, trimiteri la situația din alte țări etc.), moduri de interacțiune, identități incluzive și interpelări pozitive (cetățenilor li se solicită implicare, o contribuție la dezvoltarea sustenabilă a societății și un comportament responsabil față de mediu și de semenii lor). Este accentuat rolul unei *revoluții pozitive*, fără violență, după modelul Gandi (este preluat un model de succes care și-a dovedit eficiența). Un exemplu de mesaj care susține această tactică este următorul: *Clujenii au înțeles mesajul nostru! Iată o jurnalistă din Cluj care a ales să protesteze altfel decât cu violența! Numele ei este Oana Moisil și merită să o facem văzută de o țară întreagă!*. Se constată faptul că practicile comunicaționale observate confirmă tendințe generale valabile la mișcările sociale precum *15 M* sau *Primăvara arabă*.

Revenind la situația din România, rezultatele analizei de dispozitiv atestă faptul că mediul *online* poate constitui un spațiu eficient de promovare a unei cauze când există o strategie bine conturată și alianțe funcționale la nivel internațional. De fapt, datorită dimensiunii transnaționale protestatarii ajung să aibă acces la o serie de resurse (tactici noi de mobilizare, de influențare a opiniei publice și a deciziilor viitoare ale politicienilor, apartenența la o rețea mai vastă de activiști civici interesați să se ocupe de o serie de probleme conexe, campanii de conștientizare și de dizlocare sau reconfigurare a unor reprezentații colective) pe care le pot folosi ca să-și atingă obiectivele într-un timp mai scurt și având costuri reduse.

Pentru a înțelege mai bine cum funcționează acest spațiu comunicațional, putem apela la conceptul de rețea. Rețeaua formată de activiști, protestatari, moți, *hipsteri*, o diasporă foarte activă, jurnaliști și chiar actori politici (de pildă membrii Partidului Verde) generează relații de putere cu multiple implicații în societate, la nivel național și transnațional. Astfel, individul are capacitatea de a aduce o problemă pe agenda de discuții și de a se implica activ în găsirea unor soluții care să rezolve atât situația lui particulară, cât și a celorlalți. Într-o rețea, totul este interconectat. Individul se află într-o relație de interdependeță cu toți ceilalți membrii ai societății, iar problema lor îl afectează și pe el.

Asistăm la o etapă în care societatea civilă din România cunoaște transformări importante în ceea ce privește practicile de acțiune pubică (ianuarie 2012 până în prezent). Constatăm o serie de actori sociali implicați care observă anumite evoluții și reacționează prompt, cum ar fi comunitatea *Uniți Salvăm* (Roșia Montană este o constantă în activismul lor). Un alt moment important îl reprezintă alegerile prezidențiale din 2014. Activiștii civici s-au mobilizat *online* față de o problemă semnalată de diaspora, românii din străinătate fiind de fapt unul dintre publicurile cele mai active din componența rețelei formate în jurul cazului Roșia Montană.

Dezbaterea pe Facebook: un fenomen actual, promovat de către activiștii civici

În ultimii ani, activismul civic *online* și mișcările sociale cresc în amploare. Activiștii se poziționează ca fiind implicați, educați, cu viziune și discurs critic. Au resurse de a semnala o problemă publică, transmit informații publicurilor virtuale și reușesc să aducă un anumit subiect pe agenda media, dar și pe cea a politicienilor. Activiștii reacționează când observă anumite evoluții ale unor situații care afectează dezvoltarea sustenabilă a unei comunități/populații (cazul Roșia Montană, gazele de șist, problema despăduririi și ale efectelor ei pe termen lung).

La rândul lor, jurnaliștii din România preiau informațiile transmise prin noile media și contribuie mai departe la diseminarea lor. Uneori, sunt de acord cu unele dintre argumentele invocate. Rețelele sociale alimentează mass-media, oferindu-le conținut pe diverse teme. În anumite condiții (de pildă Roșia Montană), este creat cadrul pentru o dezbatere la nivel național. Tipul platformei de comunicare este mult mai deschis, toți utilizatorii având acces și putând să se exprime. Un subiect aparent minor poate escalada, crea dezbateri aprinse, tabere diferite și poate fi preluat în mass-media.

Atât timp cât există un procent considerabil de cetățeni care nu au acces la Internet, o problemă nu poate deveni prioritară la nivel național dacă nu apare și în mass-media tradiționale. În cele două cazuri analizate, Roșia Montană și Piața Universității, accentul a fost pus mai degrabă pe media alternative care au reușit să aducă anumite subiecte în atenția unor publicuri transnaționale. Prin urmare, accesul la mass-media tradiționale nu a fost prioritar. Activiștii au reușit să influențeze agenda media prin rețeaua creată în jurul cauzei promovate.

Caracterul nondeliberativ al paginilor de Facebook

Rețeaua socială *online* Facebook nu contribuie la formarea unui spațiu deliberativ, deoarece discursul este fragmentat într-o multitudine de probleme mici interconectate (constatăm un grad de complexitate ridicat al dispozitivelor analizate, acestea nefuncționând după reguli foarte bine delimitate), accentul este pus pe mobilizare și informare și nu pe deliberare, opiniile nu sunt în toate cazurile argumentate – deși dacă ne raportăm la *Piața Universității* constatăm existența argumentelor și formarea unei diversități de puncte de vedere – iar medierea nu se desfășoară după reguli habermasiene. Mai exact, nu există un rol clar stabilit de mediator. Discutăm despre o platformă comunicațională foarte deschisă, iar condițiile de producere a unui spațiu deliberativ nu se aplică în acest mediu. Accesul este deschis tuturor, însă constatăm grupuri discriminate, cum ar fi membrii comunității maghiare (motivul principal este că deviază discuțiile spre cauza lor, independența Ținutului secuiesc). Aceștia nu primesc aceeași vizibilitate, iar punctele lor de vedere nu sunt luate în considerare.

Observăm forme de dezbatere-comentariu, promovarea unui dialog civic, sunt aduse în discuție *dovezi* sau *probe* (documente oficiale, rapoarte, studii de caz), iar utilizatorii participă la construcții discursive complexe despre problemele publice și îi invită și pe ceilalți să se implice. Acestea figurează printre argumentele în favoarea faptului că un cadru deliberativ poate funcționa prin intermediul Facebook (Pfister & Godana, 2012; Robertson, Vatrapu & Medina, 2010; Waisanen, 2010).

În acest context, revenim la întrebarea în ce măsură putem discuta despre formarea unui spațiu public alternativ prin utilizarea rețelei sociale Facebook. Ne vom referi la acest concept din perspectiva studiilor despre media alternative (instrumente de comunicare folosite pentru a produce un contradiscurs, o poziție față de reprezentările despre lume produse de grupurile dominante), dar și a investigațiilor sociologice și cercetărilor antropologice legate de sfera publică transnațională (Bernal, 2004; 2005; Yang, 2003; 2013). Astfel, în cele două cazuri analizate activismul civic *online* contribuie la formarea unui spațiu public alternativ deoarece: a) este creat un discurs contestatar, antihegemonic; b) se observă o poziție critică bine conturată; c) sunt folosite media alternative pentru a influența opinia publică; d) sunt configurate publicuri subalterne (de exemplu moții, *hipsterii* și în unele cazuri diaspora); e) au capacitatea de a influența opinia publică la nivel internațional (cazul Roșia Montană și problema neregulilor de la secțiile de vot din străinătate în contextul alegerilor prezidențiale); f) și-au introdus problema pe agenda publică.

Rețeaua socială *online* Facebook este formată dintr-o multitudine de micro-spații comunicaționale. Ar putea fi observate până la urmă o diversitate de practici discursive și de forme de dezbatere. Argumentul fragmentării publicurilor ar putea fi combătut când există o problemă urgentă care afectează viața tuturor și ceea ce îi unește pe cetățeni este mai important decât diferențele. Există cercetări empirice ale căror rezultate au confirmat acest lucru (Bernal, 2004; 2005).

Contribuții teoretice și empirice ale cercetării

Spre deosebire de cercetările anterioare care s-au axat mai mult pe identitățile virtuale formate prin utilizarea noilor media sau au discutat despre dimensiunea transnațională a spațiului public, cercetarea de față a problematizat condițiile de formare a unui spațiu deliberativ. Formele de interacțiune și de dezbatere au avut un rol central în această discuție. Rezultatele au dovedit faptul că Facebook nu funcționează ca un spațiu deliberativ, ci precum *un mijloc de informare, de mobilizare, dar și de atitudine critică și acțiuni construite colectiv față de evoluțiile unor situații.*

Cadrul analitic al lucrării permite examinarea unor tendințe în activismul civic *online* și în noile mișcări sociale. Studiul de caz s-a axat pe realizarea unei analize comparative între cele două forme de protest investigate. *Pattern*-urile de comunicare și, în special, de dezbatere au fost comparate cu tendințele observate în mișcări sociale din ultimii ani (*Primăvara arabă*, *Indignados* și unele particularități ale modelului *Occupy* care a fost preluat mai departe de către alte rețele de activiști). A fost observat modul în care rețeaua ia amploare și operează la mai multe niveluri (național, transnațional, ca forță de opoziție, de influență, sistem mediatic de tip alternativ).

Una dintre concluziile celor mai importante este că fenomenul social *Piața Universității* (ianuarie-februarie 2012) nu s-a încheiat la un moment anume, ci a suferit transformări ulterioare cu multiple implicații (problema gazelor de șist, a defrișărilor, semnalarea neregulilor la vot în contextul alegerilor prezidențiale din 2014, comunitatea *Uniți Salvăm*). S-au format sau s-au consolidat alte grupuri, mișcări, rețele de activiști care au evoluat ulterior și au organizat alte forme de protest. Societatea civilă a ajuns într-un stadiu de maturitate, iar dezbaterea publică este un fenomen care ia amploare.

Actorii civici implicați își construiesc identitatea unor cetățeni activi și bine informați, interesați de probleme ale lumii. Se formează imagini

puternice cu multiple implicații la nivel local, internațional și transnațional. Activistul se reprezintă pe sine precum un cetățean al lumii, interesat să gestioneze probleme mai ample, ale umanității. Nu este singur și nici nu trăiește izolat, ci într-o interdependență cu alți reprezentanți ai societății. De aceea, pentru ca o schimbare să fie cu adevărat eficientă, trebuie să îi responsanilizeze pe ceilalți, dar într-un mod pozitiv.

Atât rezultatele, cât și instrumentele metodologice ale cercetării vor putea fi utilizate în cadrul unor studii viitoare despre activismul civic *online* și sfera publică transnațională.

Limitele cercetării

Printre limitele acestui studiu, precizăm:

1) Dimensiunile reduse ale corpusului nu permit generalizarea rezultatelor la întregul fenomen al mișcărilor sociale și al activismului civic *online* din România. Cercetările științifice viitoare ar trebui să ia în considerare o arie de investigare mai amplă, care să includă și comunitățile virtuale *Uniți Salvăm*.

2) Datele au fost examinate pe o perioada de timp redusă, două luni, mai exact ianuarie-februarie 2012 pentru pagina de Facebook *Piața Universității* și septembrie-octombrie 2013 pentru *Roșia Montană in World UNESCO Heritage*. Pentru acuratețea rezultatelor, în interpretarea lor a fost luat în considerare un interval temporal mai mare: primele șașe luni în cazul *Piața Universității* (ianuarie-iunie 2012) și următoarele patru luni (noiembrie 2013-februarie 2014) pentru fenomenul social *Roșia Montană*. O perioadă mai lungă de timp ar oferi indicii suplimentare despre activismul civic *online* și sfera publică alternativă.

3) Rezultatele obținute prin utilizarea analizei de dispozitiv nu pot fi generalizate, cercetătorul putând formula doar ipoteze despre posibilele efecte discursive legate de modul în care activiștii aduc în atenția utilizatorilor o anumită viziune a evenimentelor produse, un tip de abordare a problemelor și un mod de dezbatere și de construcție a identităților sociale (Beciu, 2011). Astfel, discutăm despre ipoteze de lucru pentru cercetări științifice viitoare. Ar trebui folosite metode complementare pentru o acuratețe mai mare a rezultatelor.

4) Demersul de investigare este unul de tip calitativ (analiză de dispozitiv și analiză de discurs). Ar trebui implementate și metode cantitative.

Direcții viitoare de cercetare

Rezultatele cercetării ridică o serie de întrebări referitoare la publicurile virtuale și practicile de dezbatere ale acestora. S-a constatat faptul că nu se formează un spațiu deliberativ prin rețeaua socială *online* Facebook, însă:

1) Una dintre direcțiile importante de cercetare care ar trebui să observe alte spații comunicaționale și să investigheze mai atent procesul de mediere, se negociază problemele și semnificația anumitor evenimente. Rezultatele obținute vor fi comparate cu ceea ce se întâmplă în cazul Roșia Montană și Piața Universității. Susținem că Facebook nu este un spațiu omogen, ci este mai degrabă format dintr-o multitudine de microspații. Dacă nu se observă procesul deliberativ, asta nu înseamnă că în anumite condiții nu ar putea exista o variație în rezultatele obținute.

2) S-a constatat formarea unor publicuri subalterne, însă nu știm exact cum funcționează acestea și nici în ce măsură au capacitatea de a influența opinia publică. Investigațiile ulterioare ar putea oferi date suplimentare despre spațiul public alternativ (discurs contestatar puternic, publicuri reactive).

3) Deși există date care susțin că în jurul cazului Roșia Montană se formează o comunitate virtuală, această ipoteză nu a fost investigată. O comunitate civică are un anumit specific cu implicații ulterioare asupra activismului civic *online*, identităților virtuale, formelor de interacțiune și a modalităților de legitimare a unor probleme publice.

4) Pentru acuratețea rezultatelor, paginile de Facebook ar trebui analizate pe o durată mai lungă de timp. Propunem și folosirea unor metode de cercetare complementare, cum ar fi interviurile (pentru a observa mai atent identitățile protestatarilor) și *gherrila etnographer* (rețeaua este observată atent, la mai multe niveluri de activitate).

Aceste patru direcții empirice ar trebui dezvoltate în cercetările viitoare.

Bibliografie

Adut, A. (2012). A Theory of the Public Sphere. *Sociological Theory*, Vol. 30(4): 238-262.

Agamben, G. (2006). *Che cos'è un dispositivo?*. Roma: Nottetempo.

Agnew, J. (2004). Looking into CyberspaceSpatializing International Relations: Analysing Activism on the Internet. *International Studies Review*, Vol. 6(3): 464-466.

Allagui, I. & Kuebler, J. (2011). The Arab Spring and the Role of ICTs. Editorial Introduction. *International Journal of Communication*, Vol. 5: 1435-1442.

Arceneaux, K. & Martin, J. (2010). *Does Media Fragmentation Produce Mass Polarization? Selective Exposure and a New Era of Minimal Effects*, articol prezentat la APSA 2010 Annual Meeting Paper, accesat *online* la SSRN: http://ssrn.com/abstract=1642723.

Arendt, H. (1958). *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.

Asen, R. (1999). Toward a Normative Conception of Difference in Public Deliberation, *Argumentation and Advocacy*, Vol. 35(3): 115-129.

Bastian, D. & Ixkic, Á. (2012). From the Margins of Latin American Feminism: Indigenous and Lesbian Feminisms. *Signs*, Vol. 38(1): 153-178.

Basu, L. (2011). Memory *dispositifs* and national identities: The case of Ned Kelly. *Memory Studies*, Vol. 4(1): 33-41.

Beciu, C. (2011). *Sociologia comunicării și a spațiului public*, București: Polirom.

Bennett, L. (2005). Social Movements beyond Borders: Understanding Two Eras of Transnational Activism. În D. Della Porta & S. Tarrow (Eds.), *Transnational Protest and Global Activism* (pp. 203-226), Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Bernal, V. (2004). Eritrea Goes Global: Reflections on Nationalism in a Transnational Era. *Cultural Anthropology*, Vol. 19(1): 3-25.

Bernal, V. (2005). Eritrea On-Line: Diaspora, Cyberspace, and the Public Sphere. *American Ethnologist*, Vol. 32 (4): 660-675.

Bimber, B. (2001). Information and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level. *Political Research Quarterly*, Vol. 54(1): 53-67.

Bogre, M. (2012). *Photography as Activism*. Amsterdam: Focal Press.

Boyd, D. & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13: 210-230.
Boyd, D. (2006). Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, Vol. 11(12), accesat la http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/ (ultima dată la 16.12.2014).
Boyd, D. (2007). Why Youth Heart Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 119–142), The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MA: The MIT Press.
Boyd, D. (2008). The Public Nature of Mediated Breakups. M. Ito, S. BAUMER, M. Bittanti, D. Boyd, R. Cody, B. Herr, H.A. Horst, P.G. Lange, D. Mahendran, K. Martinez, C.J. Pascoe, D. Perkel, L. Robinson, C. Sims & L. Tripp (cu J. Antin, M. Finn, A. Law, A. Manion, S. Mitnick, D. Schlossberg, S. Yardi), *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 133-135), Cambridge, MA: The MIT Press.
Boyd, D. (2010). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. În Z. Papacharissi (Ed.), *Online Social Networks: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39-58), New York: Routledge.
Brancati, D. (2013). Pocketbook Protests Explaining the Emergence of Pro-Democracy Protests Worldwide. *Comparative Political Studies*, accesat la: http://-cps.sagepub.com/content/early/2013/12/19/0010414013512603.full.pdf+html (accesat ultima dată la 1.09.2014).
Bussolini, J. (2010). What is a Dispositive?. *Foucault Studies*, Vol. 1(10): 85-107.
Cabin, P. & Dortier, J-F. (Coord.) (2010). *Comunicarea: perspective actuale*. Iași: Polirom.
Cabin, P., Dortier, J-F. (Coord.) (2010). *La Communication. État des savoirs* (versiune în limba română: Comunicarea: perspective actuale, tradusă de Luminița Roșca și Romina Surugiu), Iași: Polirom.
Caborn, J. (2007). On the Methodology of Dispositive Analysis. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines*, Vol. 1(1): 115-123.
Calhoun, C. (Ed.) (1992). *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA : MIT Press.
Carroll, W., Hackett, R. (2006). Democratic media activism through the lens of social movement theory. *Media, Culture & Society*, Vol. 28(1): 83-104.
Castells, M. (1996). *The Rise Of The Network Society*. Cambridge, Ma: Blackwell.
Castells, M. (2004). *The power of identity*. Malden, Mass.: Blackwell Pub.
Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, Vol. (1): 238-266.
Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press.
Castells, M. (2010). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Vol. II, Wiley-Blackwell.
Chadwick, A. (2009). Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance. *A Journal of Law and Policy for the Information Society*, Vol. 5(1): 9-42.
Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Bruxelles: De Boeck.

Checker, M., Fishman M. (2004). Introduction în *Local Actions: Cultural Activism, Power and Public Life in America.* New York: Columbia University Press.

Chouliaraki, L. (2008a). The Mediation Of Suffering And The Vision Of A Cosmopolitan Public. *Television New Media*, Vol. 9(5): 371-391.

Chouliaraki, L. (2008b). The Symbolic Power of Transnational Media: Managing the Visibility of Suffering. *Global Media and Communication*, Vol. 4(3): 329-351.

Christie, M. (2001). Aboriginal knowledge on the internet. *Ngoonjook*, Vol. 19: 33-50.

Cleaver, H. (1998). The Zapatista Effect: The Internet and the rise of an alternativa political fabric". *Journal of International Affairs*, Vol. 51(2): 621-640.

Clemmitt, M. (2006). Cyber socializing. *CQ Researcher*, Vol. 16: 625-648.

Costanza-Chock, S. (2003). Mapping the repertoire of electronic contention. În A. Opel & D. Pompper (Eds.), *Representing Resistance: Media, Civil Disobedience and the Global Justice Movement* (pp. 173–191), Londra: Praeger.

Couldry, N. & Curran, J. (2003). The Paradox of Media Power. N. Couldry & J. Curran (Eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (pp. 3-16), Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Curran, J. (2010). Technology Foretold. N. Fenton (Ed.), *New Media, Old News, Journalism & Democracy in the Digital Age* (pp. 19-34), London: SAGE Publications Ltd.

Currie, E., Skolnick, J. (1970). A Critical Note on Conceptions of Collective Behavior. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 391(1): 34-45.

Dahlberg, L. (2001a). Democracy via cyberspace: examining the rhetorics and practices of three prominent camps, *New Media & Society*, Vol. 3(2): 187-207.

Dahlberg, L. (2001b). Computer-mediated communication and the public sphere: A critical analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. **7**(1), accesat la: http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue1/dahlberg.html (accesat ultima dată la 12.12.2014).

Dahlberg, L. (2001c). The internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication, & Society*, Vol. 4(4): 615-633.

Dahlgren, P. (2001). The Public Sphere and the Net: Structure, Space and Communication. L.W. Bennett & R.M. Entman (Eds.), *Mediated Politics, Communications in the Future of Democracy* (pp. 33-55), Cambridge: Cambridge University Press.

Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation, *Political Communication*, Vol.22(2): 147-162.

Dahlgren, P. (2007). *Young Citizens and New Media: Learning for Democratic Participation.* New York: Routledge.

Dahlgren, P. (2009). *Media and political engagement: Citizens, communication, and democracy.* New York: Cambridge University Press.

Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy.* New York: Palgrave MacMillan.

Dahlgren, P. (2001). The public sphere and the net: Structure, space, and communication. L.W. Bennett & R.M. Entman (Eds.), *Mediated Politics, Communications in the Future of Democracy* (pp. 33–55), Cambridge: Cambridge University Press.

Dakroury, A.I. & Birdsall, W.F. (2008). Blogs and the right to communicate: Towards creating a space-less public sphere?, *Technology and Society. ISTAS 2008. IEEE International Symposium on*, pp. 1-8.

Davis, J. (2002). Narrative and Social Movements: The Power of Stories. În J. Davis. (Ed.), *Stories of change: Narrative and Social Movements* (pp. 3-30), Albany: State University of New York Press.

Dayan, D. (2005). Mothers, Midwives and Abortionists. The Genealogy and Obstetrics of Audiences and Publics, S. Livingstone (Ed.), *Audiences and Publics:When cultural engagement matters for the public sphere* (pp. 43-76), Bristol: Intellect Press.

Deleuze, G. (1989). Qu'est-ce qu'un dispositif?. *Michel Foucault philosophe.* Paris: Seuil.

Della Porta, D. & Tarrow, S. (2005a). An introduction în *Transnational protest and global activism* (pp.1-20), Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Della Porta, D. & Tarrow, S. (2005b). *Transnational protest and global activism.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Della Porta, D. (2005). Multiple belongings, tolerant identities, and the construction of 'another politics': between the European Social Forum and the Local Social Fora. D. Della Porta & S. Tarrow, *Transnational protest and global activism* (pp.175-202), Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Denning, D.E. (2001). Activism, hacktivism and cyberterrorism: the Internet as a tool for influencing foreign policy. În J. Arquilla & D. Ronfeldt (Eds.), *Networks and netwars: The Future of Terror, Crime and Militancy* (pp. 239-288), Santa Monica: Rand.

Diani, M. (1992). The Concept of Social Movement. *The Sociological Review,* Vol. 40(1): 1-25.

Dimaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W.R. & Robinson, J.P. (2001). Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology,* Vol. 27: 307-336.

Dobrescu, P. & Bârgăoanu, A. (2007). *Istoria comunicării.* București: Ed. Comunicare.ro.

Downey, J. & Fenton, N. (2003). New Media, Counter Publicity and the Public Sphere, *New Media Society,* Vol. 5(2): 185-202.

Earl, J. & Schussman, A. (2008). Contesting cultural control: Youth culture and online petitioning. În W.L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (pp. 71-95), Cambridge: The MIT Press.

Eder, K. (1985). The „New Social Movements": Moral Crusades, Political Pressure Groups, or Social Movements?. *Social Research,* Vol. 52(4): 869-890.

Eley, G. (1992). Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century. C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere,* Cambridge, Mass.: MIT Press, pp. 289-339.

Fenton, N. (2006). Contesting Global Capital, New Media, Solidarity, and the role of Social Imaginary. În B. Cammaerts & N. Carpentier (Eds.), *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles* (pp. 225-242), Bristol: Intellect Books.

Fenton, N. (Ed.) (2010). *New Media, old news, journalism & democracy in the digital age*, London: SAGE Publications Ltd.

Fine, G.A. (2004). Adolescence as Cultural Toolkit: High School Debate and the Repertoires of Childhood and Adulthood. *The Sociological Quarterly*, Vol. 24(1): 1-20.

Fishkin, J.S. (1995). *The voice of the people: Public opinion and democracy*. New Haven: Yale University Press.

Flichy, P. (2010). Tehnologiile comunicării și viața privată. P. Cabin & J-F. Dortier (Coord.), *La Communication. État des savoirs* (versiune în limba română: Comunicarea: perspective actuale, tradusă de Luminița Roșca și Romina Surugiu) (pp. 279-288), Iași: Polirom.

Fogg, B. J. (2008). Mass interpersonal persuasion: An early view of a new phenomenon. H. Oinas-Kukkonen, P. Hasle, M. Harjuma, K. Segersahl, & P. Ohrstrom (Eds.), *Proceedings of the 3rd International Conference on Persuasive Technology* (pp. 23-34), New York: Springer.

Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality. Vol. I: An introduction* (versiune în engleză: The History of Sexuality, Vol. I: An Introduction, tradus din fraceză de Robert Hurley). New York: Pantheon Books.

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, Nr. 25/26: 56-80.

Fraser, N. (2014). Transnationalizing the Public Sphere: on the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. K. Nash (Ed.), *Transnationalizing the Public Sphere*, Cambridge: Polity Press.

Freedman, E.B. (2006). *Feminism, Sexuality, and Politics: Essays by Estelle B. Freedman: Essays*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Friedland, L.A., Hove, T. & Rojas, H. (2006). The Networked Public Sphere. *Javnost – The Public*, Vol. 13(4): 5-26.

Frith, J. (2014). Communicating Through Location: The Understood Meaning of the Foursquare Check-In. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 19: 890-905.

Garnham, N. (1992). The Media and the Public Sphere. C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA : MIT Press, pp. 359-376.

Gauntlett, D. (2000). *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. Londra: Arnold.

Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the streets. Social Media and Contemporary Activism*. Londra: Pluto.

Ghonim, W. (2012). *Revolution 2.0. The power of the people is greater than the people in power*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

Grasmuck, S, Martin, J. & Zhao, S. (2009). Ethno-Racial Identity Displays on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 15(1): 158-188.

Griffith, S, & Liyanage, L. (2008). An introduction to the potential of social networking sites in education. I. Olney, G. Lefoe, J. Mantei & J. Herrington (Eds.), *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference* (pp. 76-81), Wollongong: University of Wollongong.

Grigorasi, C. & Toader, F. (2013). Building Legitimacy during the 2012 Romanian Parliamentary Elections. The Normalization of Online Political Discourse. *Revista de comunicare si marketing*, Vol. 4(7): 47-77.

Grigorasi, C. & Toader, F. (2014). Normalization of Romanian Political Discourse on Facebook. The Schengen Issue. L. Ivan, C. Daba-Buzoianu & B. Gray, *Mapping Heterogenity: qualitative research in communication*, Bucuresti: Tritonic, pp. 283-311.

Grigorasi, C. (2011).Facebook: practici de utilizare în sfera politica din România. F. Toader, C. Grigorasi, S. Frunza, *Politica user friendly. Despre consultanti politici si Facebook în România si Republica Moldova*, Bucuresti: Tritonic, pp. 19-129.

Grigorasi, C. (2015). Investigating identity formation in the virtual public sphere: the case of Piata Universitatii Facebook page. E. Abrudan, D.C. Balaban & M.C. Abrudan, *Journal of Media Research,* Vol. 8(1): 41-53.

Gulbrandsen, Ib T. & Just, S.N. (2011). The Collaborative Paradigm: Towards an Invitational and Participatory Concept of Online Communication. *Media Culture Society*, Vol. 33(7): 1095-1108.

Gurak, L.J. & Logie, J. (2003). Internet Protests, from Text to Web. În M. McCaughey & M.D. Ayers, *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice: Online Activism in Theory and Practice* (pp. 25-46), New York: Routledge.

Habermas, J. (1981). New social movements. *Telos Press Publishing*, Vol. 1981(49): 33-37.

Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Habermas, J. (1992). Further Reflections on the Public Sphere. C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press, pp. 421-461.

Habermas, J. (1998). *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Habermas, J. (2000). *MoralbewuBtsein und kommunikatives Handeln* (Versiunea în limba română: Conștiință morală și acțiune comunicativă, tradusă de Gilbert Lepădatu). București: All.

Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, Vol. 16: 411-426.

Habermas, J. (2009). *Europe: The Faltering Project*. Cambridge: Polity.

Halpern, D. & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, Vol. 29(3): 1159-1168.

Hanrahan, N.W. (2012). If the People Like It, It Must be Good: Criticism, Democracy and the Culture of Consensus. *Cultural Sociology*, Vol. 7(1): 73-85.

Harlow, S. & Harp, D. (2012). Collective action on the Web: A cross-cultural study of social networking sites and online and offline activism in the United States and Latin America. *Information, Communication & Society*, Vol. 15(2): 196-216.

Hattotuwa, S. & Conley Tyler, M. (2005). An Asian perspective on online mediation. *Asian Journal on Mediation*, 1(1), accesat la: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=925159 (accesat ultima dată la 12.09.2014).

Hauser, G. (1999). *Vernacular Voices: The Rhetoric of Publics and Public Spheres.* Columbia: University of South Carolina Press.

Hermes, J. (2006). Hidden debates: Rethinking the relationship between popular culture and the public sphere. *Javnost – The Public*, Vol. 13(4): 27-44.

Hicks, D. (2002). The Promise(s) of Deliberative Democracy, *Rhetoric & Public Affairs*, Vol. 5(2): 223-260.

Hollenbeck, C.R. & Zinkhan, G.M. (2006). Consumer Activism on the Internet: The Role of Anti-brand Communities. *Advances in Consumer Research*, Vol. 33: 479-485.

Horst, H.A., Herr-Stephenson, B. & Robinson, L. (2008). Media Ecologies. Ito, M. et al, *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 29-31), Cambridge, Mass.: MIT Press.

Howard-Spink, S. (2004). Grey Tuesday, Online Cultural Activism and the Mash-Up of Music and Politics. *First Monday*, 9(10), accesat la: http://firstmonday.org/article/view/1180/1100 (accesat ultima dată la 1.10.2014).

Hughes, N. (2011). 'Young People Took to the Streets and all of a Sudden all of the Political Parties Got Old': The 15M Movement in Spain, *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, Vol. 10(4): 407-413.

Ito, M. et al. (2008). Introduction. M. Ito et al, *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 1-28), Cambridge, Mass.: MIT Press.

Ito, M., BAUMER, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Herr, B., Horst, H.A., Lange, P.G., Mahendran, D., Martinez, K., Pascoe, C.J., Perkel, D., Robinson, L., Sims, C. & Tripp L. (cu Antin, J., Finn, M., Law, A., Manion, A., Mitnick, S., Schlossberg, D., Yardi, S.) (2008). *Hanging out, messing around, and geeking out.* Cambridge, Mass.: MIT Press.

Ivana, G.I. (2014). Authenticity on Facebook. Between Exposure and Self Representation [online working paper]. (Working Paper Series; DWP14-007). *IN3 Working Paper Series.* IN3 (UOC), Barcelona: Spania, accesat la: http://journals.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/n14-gretiiulia/n14-greti-iulia (ultima dată la 5.12.2014).

Jäger, S. & Maier, F. (2009). Theoretical and methodological aspects of Foucauldian critical discourse analysis and dispositive analysis. *Methods for Critical Discourse Analysis* (pp. 34-61), Londra: Sage Publications Ltd.

Jenkins, H. & Thorburn, D. (2003). Introduction: The Digital Revolution, the Informed Citizen, and the Culture of Democracy. În H. Jenkins & D. Thorburn (Eds.), *Democracy and New Media* (pp. 1-17), Cambridge: The MIT Press.

Jenkins, H. & Thorburn, D. (2004). *Democracy and new media.* Londra: The MIT Press.

Jenkins, J. (1983). Resource mobilization theory and the study of social movements. *Annual Review Of Sociology*, Vol. 9: 527-553.

Jones, K. (2006). Giving and volunteering as distinct forms of civic engagement: The role of community integration and personal resources in formal helping. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 35(2): 249-266.

Kahn, R. & Kellner, D. (2004). New Media and Internet Activism: From the «Battle of Seattle» to Blogging. *New Media and Society*, Vol. 6(1): 87-95.

Kellner, D. & Kim, G. (2010). YouTube, critical pedagogy, and media activism. *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, Vol. 32(1): 3-36.

Kellner, D. (2000). *Habermas, the Public Sphere, and Democracy: A Critical Intervention*, http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/.

Khondker, H. (2011). Role of the New Media in the Arab Spring. *Globalizations*, Vol. 8(5): 675-679.

Kim, K.H. & Yun, H. (2007). Cying for me, Cying for us: Relational dialectics in a Korean social network site. *Journal of Computer-Mediated Communication,* Vol. 13(1): 298-318, accesat la: http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue11/kim.yun.-html (ultima dată la 16.12.2014).

Klandermans, B. (1997). *The social psychology of protest.* Oxford, UK: Blackwell Publishers.

Lagerkvist, J. (2005). The rise of online public opinion in the People's Republic of China. *China: An International Journal*, Vol. 3(1): 119–130.

Lagos, T., Coopman, T. & Tomhave, J. (2014). "Parallel poleis": Towards a theoretical framework of the modern public sphere, civic engagement and the structural advantages of the internet to foster and maintain parallel sociopolitical institutions. *New Media & Society*, Vol. 16(3): 398-414.

Lähdesmäki, T. (2013). Cultural Activism as a Counter-Discourse to the European Capital of Culture Programme: The Case of Turku 2011. *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 16(5): 598-619.

Lange, P.G. & Ito, M. (2008). Creative Production. M. Ito et al, *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 243-256), Cambridge, Mass.: MIT Press.

Langlois, G., Elmer, G., McKelvey, F. & Devereaux, Z. (2009). Networked Publics: The Double Articulation of Code and Politics on Facebook. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 34: 415-434.

Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults. *Pew Internet & American Life Project*, An Initiative of the Pew Research Center, accesat la http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplines.pdf (ultima dată la 16.12.2014)

Lesnikova, N. (2011). Public sphere, alternative media and social involvement in Belarus: The role of an individual in history. *The McMaster Journal of Communication*, Vol. (8): 63-98.

Levesque, M. (2006). Hacktivism: The How and Why of Activism for the Digital Age. În J. Weiss, J. Nolan, J. Hunsinger & P. Trifonas, *The International Handbook of Virtual Learning Environments* (pp.1203-1214), Dordrecht: Springer.

Lewiñski, M. & Mohammed, D. (2012). Deliberate Design or Unintended Consequences: The Argumentative Uses of Facebook During the Arab Spring, *Journal of Public Deliberation*: Vol. 8(1), art. 11.
Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media Society*, Vol. 10: 393-411.
Lochard, G. & Soulages, J.-C. (2003). La parole politique a la television. Du logos à l'ethos. *Réseaux*, Vol. 2(118): 65-94.
Lotan, G., GRAEFF, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I. & Boyd, D. (2011). The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, Vol. 5: 1375-1405.
Lubell, M. (2002). Environmental Activism as Collective Action. *Environment and Behavior*, Vol. 34(4): 431-454.
Lumby, B. L. (2010). Cyber-Indigeneity: Urban Indigenous identity on Facebook. *The Australian Journal of Indigenous Education*, Vol. 39: 68-75.
Lyotard, J.-F. (1984). *The Postmodern condition*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes:The Decline of Individualism in Mass Society*. Londra: Sage Publications.
Maiba, H. (2005). Grassroots Transnational Social Movement Activism: The Case of People's Global Action. *Sociological Focus*, Vol. 38(1): 41-63.
Mancini, P. (2013). Media Fragmentation, Party System, and Democracy. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 18(1): 43-60.
Markham, T. (2014). Social media, protest cultures and political subjectivities of the Arab spring. *Media, Culture & Society*, Vol. 36(1): 89-104.
Markoff, J. (1996). *Waves of democracy. Social Movements and Political Change*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
McAdam, D., McCarthy, J. & Zald, M. (1996). *Comparative Perspectives on Social Movements*. Cambridge: Cambridge University Press.
McAdam, D., Tarrow, S., Tilly, C. (2001). *Dynamics Of Contention*. Cambridge: Cambridge University Press.
McAllister, M.P., Sewell, Jr. & Gordon I. (2001). *Comics and Ideology*. New York: Peter Lang.
McCarthy, J. & Zald, M. (1977). Resource mobilization and social movements: A partial theory. *American journal of sociology*, Vol. 82(6): 1212-1241.
McGuigan, J. (2005). The Cultural Public Sphere. *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 8(4): 427-443.
McLuhan, M. (1997). *Mass-media sau mediul invizibil*. București: Nemira.
Meikle, G. (2002). *Future Active: Media Activism and the Internet*. New York: Routledge.
Melucci, A. (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mercea, D. (2012). Digital prefigurative participation: The entwinement of online communication and offline participation in protest events. *New Media Society*, Vol. 14(1): 153-169.
Mesch, G. & Levanon, Y. (2003). Community Networking and Locally-Based Social Ties in Two Suburban Localities. *City and Communities*, Vol. 2 (4): 335- 351.
Mesch, G. & Levanon, Y. (2006). *The Link Between Online And Offline Community Activism*, accesat la Http://Citation.Allacademic.Com/Meta/P_Mla_Apa_Research_Citation/1/0/3/1/5/Pages103150/P103150-1.Php.
Milioni, D.L. (2009). Probing the online counterpublic sphere: the case of Indymedia Athens. *Media Culture Society*, Vol. 31(3): 409-431.
Mills, K.A. (2010). A Review of the "Digital Turn" in the New Literacy Studies. *Review of Educational* Research, Vol. 80(2): 246-271.
Mitchell, W. (2012). Image, space, revolution: The arts of occupation. *Critical Inquiry*. Vol. 39: 8-32.
Mouffe, C. (1999). Deliberative Democracy or Agonistic Pluralism?. *Social Research*, Vol. 66(3): 745-758.
Mouffe, C. (2000). *The Democratic Paradox*. Londra: Verso.
Mouffe, C. (2005). *On the Political*, Londra: Routledge.
Murthy, D. (2011). Twitter: Microphone for the masses?. *Media Culture Society*, Vol. 33(5): 779-789.
Nash, K. (2010). *Contemporary Political Sociology*. Singapore: Wiley-Blackwell.
Negt, O. & Kluge, A. (1993). *Public sphere and experience : toward an analysis of the bourgeois and proletarian public sphere*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
Nel, N. (1999). Des dispositifs aux agencements télévisuels (1969-1983). *Hermes, La Revue*, Vol. 25: 131-141.
Newman, J. & Clarke, J. (2009). *Publics, politics and power: Remaking the public in public services*. Londra: Sage Publications Ltd.
Nicholson, L. & Seidman, S. (1995). Introduction. L. Nicholson & S. Seidman (Eds.), *Social Postmodernism: Beyond Identity Politics* (pp. 1-38), Cambridge: Cambridge University Press.
Oberschall, A. (1973). *Social Conflict and Social Movements*. New York: Prentice – Hall.
Oberschall, A. (1996). Opportunities and Framing in the 1989 Revolts. În D. McAdam, J. McCarthy & M. Zald (Eds.), *Comparative perspectives on social movements* (93-121), Cambridge: Cambridge University Press.
Olesen, T. (2006). The Zapatistas and the Transnationa Framing. În H. Johnston & P. Almeida (Eds.), *Latin American Social Movements: Globalization, Democratization, and Transnational Networks* (pp. 179-196), Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
Opp, K. (2009). *Theories of Political Protest and Social Movements: A Multidisciplinary Introduction, Critique, and Synthesis*. Abingdon: Routledge.
Pantti, M. (2010). The Value Of Emotion: An Examination Of Television Journalists' Notions On Emotionality. *European Journal Of Communication*, Vol. 25(2): 168-181.

Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Sphere 2.0: The Internet, The Public Sphere and Beyond. Andrew Chadwick & Philip Howard (Eds.). *Handbook Of Internet Politics*, Londra: Routledge, pp. 230-245.

Papacharissi, Z.A. (2010). A Private Sphere. Democracy in a Digitale Age. Cambridge: Polity Press.

Pascoe, C.J. (2008). Intimacy. M. Ito et al, *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 117-148), Cambridge, Mass.: MIT Press.

Perugorría, I. & Tejerina, B. (2013). Politics of the encounter: Cognition, emotions, and networks in the Spanish 15M. *Current Sociology*, Vol. 0(0): 1-19.

Petray, T.L. (2011). Protest 2.0: Online Interactions and Aboriginal Activists. *Media, Culture & Society*, Vol. 33(6): 923-940.

Petrova, T. & Tarrow, S. (2007). Transactional and participatory activism in the emerging European polity: The puzzle of East-Central Europe. *Comparative Political Studies*, Vol. 40(1): 74-94.

Pfister, D.S. & Godana, G.D. (2012). Deliberation Technology. *Journal of Public Deliberation*: Vol. 8(1), art.10.

Poell, T. & Borra, E. (2011). Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. *Journalism*, Vol. 13(6): 695-713.

Postill, J. (2013). Democracy in an age of viral reality: A media epidemiography of Spain's indignados movement. *Ethnography*, Vol. 0(00): 1-19, accesat la: http://eth.sagepub.com/content/early/2013/10/08/1466138113502513 (accesat ultima dată la 1.11.2014).

Proulx, S. & Millerand, F. (2010). Le Web social: au carrefour de multiple questionnement. F. Millerand, S. Proulx & J. Rueff (Eds.), *Web social. Mutation de la communication* (pp. 13-26), Québec: Presses de l'Université du Québec.

Raymond, W. (1958). *Television: Technology and Cultural Form*. Londra: Routlegde.

Riegert, K. & Ramsay, G. (2013). Activists, Individualists, and Comics: The Counterpublicness of Lebanese Blog, *Television New Media*, Vol. 14(4): 286-303.

Robbins, B. (Ed.) (1993). *The Phantom Public Sphere*, Minneapolis: University Of Minnesota Press.

Robertson, S.P., Vatrapu, R.K. & Medina, R. (2010). Off the wall political discourse: Facebook use in the 2008 U.S. presidential election. *Information Polity*, Vol. 15: 11-31.

Rogozanu, C. (2012). Televiziunea și revolta. După 22 de ani, o nouă răfuială. A. Stoica & V. Mihăilescu (Eds.), *Iarna vrajbei noastre: protestele din România, ianuarie-februarie 2012* (pp. 293-307), Bucharest: Paideia.

Rolfe, B. (2005). Building an Electronic Repertoire of Contention. *Social Movement Studies*, Vol. 4(1): 65-74.

Russell, A. (2005). Myth And The Zapatista Movement: Exploring A Network Identity. *New Media Society*, Vol. 7(4): 559-577.

Russell, A.L. (2014). *Cyber Blockades*. Georgetown: Georgetown University Press.

Sahoo, S. (2006). Civil Society, Citizenship and Subaltern Counterpublics in Post-colonial India. A.K. Sahoo, (Ed.), *Sociological Perspectives on Globalization*, Delhi: Kalpaz Publication, pp. 57-88.

Sakr, N. (2013). Social media, television talk shows, and political change in Egypt. *Television & New Media*, Vol. 14(4): 322-337.
Salter, L. (2005). Colonization tendencies in the development of the world wide web. *New Media & Society*, Vol. 7(3): 291-309.
Savigny, H. (2002). Public Opinion, Political Communication and the Internet. *Politics*, Vol. 22(1): 1-8.
Segerberg, A. & Bennett, W. (2011). Social media and the organization of collective action: Using Twitter to explore the ecologies of two climate change protests. *The Communication Review*, Vol. 14(3): 197-215.
Sevilla-Buitrago, A. (2011). 'This square is our home!' The organization of urban space in the Spanish 15-M movement. *Progressive Planning*, Nr. 189: 42-49.
Sikkink, K. (2002). Transnational advocacy networks and the social construction of legal rules. În Y. Dezalay & B. Garth, *Global Prescriptions: The Production, Exportation, and Importation of a New Legal Orthodoxy* (pp. 37-64), Ann Arbor: University of Michigan Press.
Simmel, G. (1964). *Conflict. The Web Of Group-Affiliations*, Londra: Collier MacMillan.
Sims, C. (2007). Composed Conversations: Teenage Practices of Flirting with New Media. *Society for the Social Studies of Science Conference*, Montreal, Canada.
Sims, C. (2008). Media Ecologies: Quantitative Perspectives. M. Ito et al, *Hanging out, messing around, and geeking out* (pp. 32-41), Cambridge, Mass.: MIT Press.
Smelser, N.J. (2011). *Theory of Collective Behavior*. New Orleans: Quid Pro Books.
Smith, J. & Fetner, T. (2010). Structural Approaches in the Sociology of Social Movements. În B. Klandermans & C. Roggeband (Eds.), *Handbook of Social Movements Across Disciplines* (13-57), New York: Springer.
Snow, D.A. & Oliver, P.E. (1995). Social Movements and Collective Behavior: Social Psychological Dimensions and Considerations. În K. Cook, G. Fine & J. House (Eds.), *Sociological perspectives on social psychology* (pp. 571-599), Boston: Allyn & Bacon.
Somers, M. (1992). Narrativity, narrative identity, and social action: Rethinking English working-class formation. *Social Science History*, Vol. 16(4): 591-630.
Springer, R.A. & Clinton, M.E. (2013). 'Technologies of the Self' as Instrumentality: Becoming Instruments of the Pharmaceutical Industry through Normative Practices. *Aporia*, Vol.5(1): 22-31.
Squires, C.R. (2002). Rethinking the black public sphere: an alternative vocabulary for multiple public spheres. *Communication Theory*, Vol. 12(4): 446-468.
Squires, C.R. (2007). Popular sentiments and Black Women's Studies. Black Women. *Gender and Families*, Vol. 1(1): 74-93.
Stahler-Sholk, R. (2007). Resisting Neoliberal Homogenization: The Zapatista Autonomy Movement. *Latin American Perspectives*, Vol. 34(2): 48-63.
Stobbe, S.P. (2011). The Soukhouan Ritual: The Legacy of Lao Women in Conflict Resolution. În A. Snyder & S. Stobbe (Eds.), *Critical aspects of gender in conflict resolution, peacebuilding, and social movements* (pp. 45-74), Bingley, UK: Emerald.

Stoica, C.A. & V. Mihăilescu (Eds.) (2012). *Iarna vrajbei noastre: protestele din România, ianuarie-februarie 2012*. București: Paideia.
Susen, S. (2011). Critical notes on Habermas's theory of the public sphere. *Sociological Analysis*, Vol. 5(1): 37-62.
Tang, L. & Yang, P. (2011). Symbolic Power And The Internet: The Power Of A «Horse». *Media Culture Society*, Vol. 33(5): 675-691.
Tarrow, S. (1995). Cycles of Collective Action: Between Moments of Madness and the Repertoire of Contention. În M. Traugott (Ed.), *Repertoires and Cycles of Collective Action* (pp.89-115), Durham: Duke University Press.
Tarrow, S. (2011). *Power In Movement Social Movements And Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
Tenerio, E.H. (2011). Critical Discourse Analysis, An overview. Nordic Journal of English Studies, Vol. 10(1): 183-210.
Thelwall, M. & Stuart, D. (2010). Social Network Sites. An Exploration of Features and Diversity. P. Zaphiris & C.S. Ang (Eds.), *Social Computing and Virtual Communities* (pp. 263-282), Boca Raton: Chapman & Hall/CRC Press.
Tilly, C. (1981). Britain Creates the Social Movement. J.E. Cronin & J. Schnner (Eds.), *Social Conflict and the Political Order in Modern Britain* (pp. 21-51), Londra: Croom Helm.
Tilly, C. (1986). *The contentious French*. Cambridge: Belknap Press.
Tilly, C. (2003). *The Politics Of Collective Violence*. Cambridge: Cambridge University Press.
Tilly, C. (2004). *Social Movements, 1768–2004*. Londra: Paradigm Publishers.
Touraine, A. (1981). *The Voice And The Eye. An Analysis Of Social Movements*. Cambridge: Cambridge University Press.
Valtysson, B. (2012). Facebook as a Digital Public Sphere: Processes of Colonization and Emancipation. *TripleC*, Vol. 10(1): 77-91.
Van Dijk, T. (1996). Discourse, power and access. C.R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and Practices. Readings in Critical Discourse Analysis*, Londra: Routledge, pp. 84-104
Van Dijk, T. (2006). Ideology And Discourse Analysis. *Journal Of Political Ideologies*, Vol. 11(2): 115-140.
Van Leeuwen, T. (2009). Discourse as the Recontextualization of Social Practice: A Guide. R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 144-161), London: Sage.
Vasudevan, A. (2014). The autonomous city: Towards a critical geography of occupation. *Prog Hum Geogr*, accesat la http://phg.sagepub.com/content/early/2014/05/26/0309132514531470 (accesat ultima dată la 1.11.2014).
Vegh, S. (2003). Classifying Forms of Online Activism: The Case of Cyberprotest against the World Bank. În M. McCaughey & M.D. Ayers, *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice: Online Activism in Theory and Practice* (pp. 71-96), New York: Routledge.
Voss, K. (1999). The Collapse of a Social Movement: The Interplay of Mobilization Structures, Framing, and Political Opportunities in the Knights of Labor.

În D. McAdam, J. McCarthy, & M. Zald (Eds.), Comparative Perspectives on Social Movements (pp. 227-258), Cambridge: Cambridge University Press.
Waisanen, D. (2010). Facebook, diasporic-virtual publics, and networked argumentation. D. Gouran (Ed.), *The Function of Argument and Social Context* (pp. 550-557), DC: National Communication Association.
Walsh, E.J. (1981). Resource Mobilization and Citizens Protests in Communities around Three Mile Island. *Social Problems*, Vol. 29(1): 1-21.
Warner, M. (2002). Publics And Counterpublics. *Public Culture*, Vol. 14(1): 49–90.
Westd, D. (2004). *Handbook of Political Theory*, accesat la: http://www.omnilogos.-com/2011/06/28/new-social-movements/ (accesat ultima dată la 18.05.2014).
White, S. (1988). *The recent work of Jurgen Habermas: Reason, justice and modernity*. Cambridge: Cambridge University Press.
Wilson, R.E., Gosling, S.D. & Graham, L.T. (2012). A Review of Facebook Research in the Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*, Vol. 7(3): 203-220.
Wolfsfeld, G., Segev, E. & Sheafer, T. (2013). Social Media and the Arab Spring Politics Comes First. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 18(2): 115-137.
Wolfson, T. (2012). From the Zapatistas to Indymedia: Dialectics and Orthodoxy in Contemporary Social Movements. *Communication, Culture & Critique*, Vol. 5: 149-170.
Wolton, D. (1998). *Penser la communication*, Paris: Flammarion.
Wray, S. (1999). On Electronic Civil Disobedience. *Peace Review*, Vol. 11(1): 107-111.
Wyatt, R.O., Katz, E. & and Kim, J. (2000). Bridging the Spheres: Political and Personal Conversation in Public and Private Spaces. *Journal of Communication*, Vol. 50(1): 71-92.
Xiao, Y. (2013). Grass Mud Horse Style: Popular Resistance, the Politics and Poetics of Internet in Post-socialist Crisis. Articol prezentat la *55th Annual American Association for Chinese Studies Conference*, New Jersey, accesat la: http://aacs.ccny.cuny.edu/2013conference/Papers/Ying%20Xiao.pdf (accesat ultima dată la 13.10.2014).
Yang, G. & Calhoun, C. (2007). Media, Civil Society, and the Rise of a Green Public Sphere in China. *China Information*, Vol. 21(2): 211-236.
Yang, G. (2003). The Internet And The Rise Of A Transnational Chinese Cultural Sphere, *Media, Culture and Society*, Vol. 25(4): 469-490.
Yang, G. (2003). The Internet and the Rise of a Transnational Chinese Cultural Sphere. *Media, Culture and Society*, Vol. 25(4): 469-490.
Yang, G. (2006). *Activists beyond Virtual Borders: Internet-Mediated Networks and Informational Politics in China*, accesat la: http://Firstmonday.Org/Issues/Special11_9/Yang/Index.Html (accesat ultima dată la 11.09.2014).
Yang, G. (2008). Contention in Cyberspace. În K.J. O'Brien (Ed.), *Popular Protest in China* (pp. 125-143), Cambridge: Harvard University Press.
Yang, G. (2009). Online Activism. *Journal Of Democracy*, Vol. 20(3): 33-36.
Yang, G. (2013). *The Power Of The Internet In China: Citizen Activism Online*. New York: Columbia University Press.

Young, I.M. (2000). *Inclusion and Democracy*. Oxford: Oxford University Press.
Zhang, S., Jiang, H. & Carroll, J.M. (2010). Social Identity in Facebook Community Life. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, Vol. 2(4): 64-76.
Zhang, W. (2013). Redefining Youth Activism through Digital Technology in Singapore. *International Communication Gazette*, Vol. 75(3): 253-270.
Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, Vol. 24: 1816-1836.

Resurse online:

http://casajurnalistului.ro
http://www.democraciarealya.es
http://edition.cnn.com
https://www.facebook.com
http://www.huffingtonpost.co.uk
http://ireport.cnn.com/docs
http://www.mediafax.ro
http://www.nytimes.com
http://www.rosiamontana.net
http://www.rosiamontana.org/ro
https://www.youtube.com
http://www.zf.ro

Pentru comenzi și informații vă rugăm contactați
Editura COMUNICARE.RO
SNSPA, Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei, nr. 6, sector 1
010643, București
România
www.edituracomunicare.ro
e-mail: difuzare@comunicare.ro

Tiparul executat la S.C. Alpha MDN S.R.L.